

Tapahtuman järjestäminen

Stop Huumeille ry:n 15-vuotissyntymäpäivät

Mariela Lineva Pinja Mitrovitch

Tekijä(t) Mariela Lineva, Pinja Mitrovitch	
Koulutusohjelma Matkailun liikkeenjohdon koulutusohjelma	
Raportin/Opinnäytetyön nimi Tapahtuman järjestäminen Stop Huumeille ry:n 15-vuotissyntymäpäivät	Sivu- ja liitesivumäärä 45 + 16
<p>Opinnäytetyön päätavoitteena oli järjestää onnistunut tapahtuma työn toimeksiantajan Stop Huumeille ry:n kanssa. Sivutavoitteina oli saada tapahtumaan 500 osallistujaa sekä 4-10 yhteistyöjärjestöä, 10 sponsoria ja 50 vapaaehtoista työntekijää.</p> <p>Työn toimeksiantaja on Stop Huumeille ry, joka on voittoa tavoittelematon päihdetyötä tekevä yhdistys. Yhteistyöjärjestötoiminta ja vapaaehtoiset työntekijät ovat toimeksiantajan toiminnan kulmakiviä. Työn toiminnallinen osuus, eli Stop Huumeille ry:n 15-vuotissyntymäpäivät järjestettiin Taiteiden yönä 20.8.2015.</p> <p>Tapahtuma oli ulkoilmakonsertti, jossa pääesiintyjinä olivat Karri Koira ja Musta Barbaari. Lisäksi tapahtumassa järjestettiin yhteistyöjärjestöjen välinen logonmaalauskilpailu sekä lapsille oli tarjolla pomppulinna, rodeohärkä ja voimaleka. Ulkoilmakonsertti oli täysin päihteetön, esteetön ja maksuton.</p> <p>Opinnäytetyön tietoperusta ja empiirinen osuus kulkevat käsi kädessä läpi työn, vetoketjumalli raportointitavan mukaisesti. Tämä tarkoittaa, että ensin kerrotaan yleisesti tapahtumien järjestämisestä ja sen jälkeen, miten tämä tuli käytäntöön Stop Huumeille ry:n 15-vuotissyntymäpäivät tapahtuman kohdalla.</p> <p>Työssä on käsitelty yksityiskohtaisesti tapahtumalle tärkeitä osa-alueita, kuten sponsorointi, budjetointi, markkinointi ja riskienhallinta. Työn liitteistä löytyy tapahtumalle tärkeimmät asiakirjat ja suunnitteluun käytetyt kaaviot, joiden on tarkoitus helpottaa havainnoimaan toteutettua tapahtumaa.</p> <p>Tapahtumapäivänä 20.8.2015 asiakkailta kerättiin kasvatusten palautetta palautekyselyn pohjalta. Tämän strukturoidun haastattelun tarkoituksena oli yksinkertaisesti saada vastaus siihen, oliko tapahtuma haastateltavan mielestä onnistunut. Jokainen määrittelee onnistuneisuuden itse, jonka vuoksi tutkimustuloksia tarkastellaan kokonaisuutena.</p> <p>Tapahtumasta saadun huomattavan positiivisen palautteen perusteella voidaan todeta, että työn päätavoite, eli onnistunut tapahtuma toteutui. Myös tapahtumalle asetetut sivutavoitteet toteutuivat, sillä tapahtuma-alueella vieraili taiteiden yönä noin 500 ihmistä, 6 yhteistyöjärjestöä, 12 sponsoria ja yli 50 vapaaehtoista.</p> <p>Opinnäytetyö antaa työkalut kaikenkokoisten tapahtumien järjestämiseen aina ideointivaiheesta, tapahtuman jälkimarkkinointivaiheeseen.</p>	
Asiasanat Tapahtumatoteutus, tapahtumamarkkinointi, sponsorointi, vapaaehtoistyö	

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Tausta ja tavoitteet.....	1
1.2	Toimeksiantajan esittely.....	2
2	Tapahtuman järjestäminen	4
2.1	Tapahtuman suunnitteluprosessi	4
2.2	Tapahtuman ideointivaihe	5
2.3	Tapahtuman suunnittelu.....	8
2.3.1	Riskit ja riskienhallinta	8
2.3.2	Taloudellinen suunnitelma.....	12
2.3.3	Operatiivinen suunnitelma	16
2.3.4	Markkinointisuunnitelma.....	22
3	Tapahtuman toteutus	27
3.1.1	Tapahtumapäivän kulku	28
3.1.2	Toteutuneet kulut	33
3.1.3	Jälkimarkkinointi.....	34
4	Tutkimuksen kuvaus ja toteutus	35
4.1	Aineistokeruumenetelmät.....	35
4.2	Tutkimustulokset	36
4.3	Johtopäätökset ja kehitysehdotukset.....	39
5	Pohdinta.....	42
5.1	Organisaatiollisten muutosten vaikutus suunnitteluprosessiin	42
5.2	Opinnäytetyö prosessina ja oma oppiminen.....	44
	Lähteet	46
	Liitteet.....	49
	Liite 1. Tapahtuman suunnittelun aikataulu	49
	Liite 2. Tapahtumapäivän rakennus- ja purkuaikataulu.....	50
	Liite 3. Artistien esiintymisaikataulu	51
	Liite 4. Tapahtuma-alueen kartta.....	52
	Liite 5. Helsingin Energian ja Basso-radion kilpailu	53
	Liite 6. Tapahtuman mainosjulistet	54
	Liite 7. Ilmoitus musiikkitapahtumasta	55
	Liite 8. Tapahtumasta tehty mediatiedotteet	56
	Liite 9. Sopimus valokuvien käytöstä.....	57
	Liite 10. Sponsoreille lähetetty kiitosviesti.....	58
	Liite 11. Palautekysely.....	59
	Liite 12. Toimeksiantajan vapaamuotoinen palaute	61

1 Johdanto

Kun pää alkaa selvittää vuosikausien sumusta, kysyt, mitä olet tehnyt läheisillesi. Se on pahinta. Kun Hanna pääsee hoidon jälkeen kotiin maaliskuussa 2007, hän istuu sohvalle ja miettii. Mitä normaalit ihmiset tekevät vapaa-ajallaan kotona? Kun et ole kahviakaan keittänyt selvin päin kuuteen vuoteen. (Kouvola Sanomat, 2013.)

Huumeidenkäyttö alkaa monilla kokeilunhalusta, ja siksi, että ystävätkin käyttävät huumeita. Kuten toipuvan narkomaanin Hannan tarinasta käy ilmi, huumeiden kanssa kamppailu on ollut ja on edelleen monille arkipäivää. Korkeakouluopiskelijoiden terveystutkimuksen mukaan (2012, 72–73) 19 prosenttia kaikista ylemmän asteen opiskelijoista on kokeillut tai käyttänyt jotain huumetta, lääkettä tai alkoholia ja lääkkeitä yhdessä päihtymismielessä. Etenkin kasvavassa iässä olevien nuorten kehitys voi hidastua häiriötekijöiden, kuten alkoholin tai huumeidenkäytön vuoksi.

Järjestimme yhdessä Stop Huumeille ry:n kanssa yhdistyksen 15-vuotissyntymäpäivät Taiteiden yönä 20.8.2015 Itä-Pasilassa. Tapahtuma oli ulkoilmakonsertti, mutta sen lisäksi tapahtumassa oli lapsille pomppulinna, rodeohärkä ja voimaleka. Lisäksi tapahtuman vapaaehtoiset työntekijät tekivät halukkaille kasvomaalauksia ja kiharsivat hiuksia kamppaamopisteellä. Tapahtumassa järjestettiin myös yhteistyöjärjestöjen välinen logon maalauskilpailu. Ulkoilmakonsertti oli täysin päihteetön, esteetön ja maksuton, ja näin se tarjosi vaihtoehtoja tekemistä Hannan tarinan kaltaisille ihmisille. Ruokakojuissa oli myynnissä edullisesti makkaraa, lettuja, munkkeja ja lohikeittoa. Tapahtuman virallinen nimi on ”Po-reile Streittinä”, joka on Stop Huumeille ry:n vanha slogan. Nimi viittaa hyvään oloon, joka tässä merkityksessä tarkoittaa päihteiden tuoman hyvän olon sijaan hauskanpitoa ilman huumeita.

1.1 Tausta ja tavoitteet

Tapahtumilla on aina ollut merkittävä rooli yhteiskunnan historiassa. Kun mennään ajassa taaksepäin, aikaan jolloin ei ollut vielä televisiota, videota tai elokuvia, pelasivat tapahtumat isoa roolia ihmisten arjessa. Uskomme, että moderni nykymaailma ei eroa huomattavasti menneestä. Vaikka maailman meno on nopeampaa ja teknologian vaikutus tapahtuma-alaan on ollut huomattava, selvää on, että asiat voivat mennä yhtä lailla pieleen kuin ennen. Ihmiset eivät usein ymmärrä, miten paljon pienikin ongelma tai tapahtuma vaatii eri alan osaajien yhteistyötä. (Shone & Parry 2013, 6–20.)

Opinnäytetyöt jaetaan toiminnallisiin ja tutkimuksellisiin opinnäytetöihin. Toiminnallinen työ eroaa tutkimuksellisesta opinnäytetystä sillä, että lopputuotoksena on konkreettinen tuo-

te, eli tapahtuma. Tuotos voi olla myös konferenssi, näyttely tai esimerkiksi matkaopas. (Vilkkä & Airaksinen 2004, 51.) Työmme on toiminnallinen, eli produktiivinen opinnäytetyö ja se käsittelee tapahtuman järjestämisen teoriaa järjestämämme tapahtuman kautta. Työmme tietoperusta ja empiirinen osuus kulkevat käsi kädessä läpi työn, vetoketjumalli raportointitavan mukaisesti. Kerromme ensiksi yleisesti tapahtumien järjestämisestä ja sen jälkeen, miten tämä tuli käytäntöön meidän tapahtumamme kohdalla.

Kun käytämme opinnäytetyössä lyhennettä Stoppi, viittaamme sillä toimeksiantajaamme Stop Huumeille ry:hyn. Tavoitteenamme oli yhdessä Stopin kanssa järjestää heille onnistuneet 15-vuotissyntymäpäivät, jonne pyrimme saamaan 500 osallistujaa. Sivutavoitteina oli saada tapahtumaan mukaan 4-10 yhteistyöjärjestöä, 10 sponsoria ja 50 vapaaehtoista työntekijää. Tapahtuman onnistumista on mitattu asiakastytyväsyyden avulla, joka on todennettu palautekyselyistä saamiemme tuloksien pohjalta. Tämän lisäksi tapahtuman onnistumista on todennettu toimeksiantajamme palautteen kautta, joka sisältää vapaaehtoisilta, artisteilta ja yhteistyöjärjestöiltä saadun palautteen.

Opinnäytetyön suunnittelu alkoi keväällä 2015 yhteisestä mielenkiinnosta tapahtumien järjestämiseen. Halusimme molemmat toimeksiantajan opinnäytetyöllemme, sillä uskoimme sen edesauttavan tulevaisuuden haaveitamme tapahtuma-alalla työskentelemisestä. Saimme toimeksiantajan työllemme vanhojen kontaktien avulla. Vierailimme Stop Huumeille ry:n toimistossa huhtikuussa 2015, jonka jälkeen aloitimme yhteistyön heidän kanssaan. Kun tulimme mukaan tapahtuman suunnitteluun, oli toimeksiantajamme aloittanut jo tapahtuman ideointivaiheen. Henkilökohtainen tavoitteemme tässä opinnäytetyössä oli kehittää omaa oppimistamme käytännön kautta.

1.2 Toimeksiantajan esittely

Toimeksiantajamme Stop Huumeille ry aloitti alun perin toimintansa Helsingissä päihteettömällä tapahtumilla ja harrastetoiminnalla. Vuonna 2004 heidän toimintansa laajentui Stopin muuttaessa heidän nykyisiin tiloihinsa Itä-Pasilain. Tuolloin he aloittivat päiväkeskustoiminnan, joka mahdollisti asiakkaille uuden olohuonemaisen kohtaamispaikan. Nykyään he ovat laajentaneet toimintaansa muillekin paikkakunnille, kuten Seinäjoelle ja Kotkaan. (Stop Huumeille ry 2013.)

Yhdistyksen toiminta-ajatus perustuu päihteettömyyden tukemiseen vertaistuen ja päihteettömän toiminnan avulla. Stoppi tekee yhteistyötä esimerkiksi sosiaalialan opiskelijoiden ja päihdekuntoutuslaitosten kanssa. He tekevät aktiivisesti yhteistyötä päihteettömyyttä edistävien työryhmien kanssa. Toimeksiantajamme tarjoaa tiloissaan maksutonta, ver-

taistukeen perustuvaa päihteetöntä toimintaa täysi-ikäisille. Yhdistys pyrkii lisäksi estämään nuorten päihdeongelmia jo varhaisiässä, vieraillemalla kouluissa sekä juttelemalla nuorten vanhempien kanssa. Heidän toimintansa perustuu yhteiseen tekemiseen, ja heillä on erilaisia aktiviteettimahdollisuuksia asiakkaille lähes päivittäin. Aktiviteetit vaihtelevat aina yogasta ja meditaatiosta kalastukseen ja vertaistukiryhmiin. Stop Huumeille ry toimittaa omaa aikakauslehteä, josta yhdistys saa osan toimintansa rahoituksesta. Tämän lisäksi heillä on oma jalkapallojoukkue, sekä tapahtumassammekin esiintynyt bändi Ex-Pistols. (Stop Huumeille ry 2013.)

Stopissa työskentelee vakituisesti 14 työntekijää: toiminnanjohtaja, hallintojohtaja, toimitosihteeri, toiminnanohjaaja, kaksi projektisuunnittelijaa, kolme vertaistyöntekijää, laskuttaja, kolme myyntineuvottelijaa sekä yrityksen tunnettavuuden ohjaaja. Kyseessä onkin suhteellisen pieni yhdistys, jonka vuoksi emme laajemmin työssämme esittele organisaatiokaaviota. Stopin oman henkilökunnan lisäksi yhdistyksessä työskentelee paljon vapaaehtoisia, jotka saavat tekemällään työllä sisältöä arkipäiväisiinsä ja näin ollen he mahdollisesti pysyvät päihteettömällä tiellä. Vapaaehtoistyön tärkeys tapahtuman onnistumisen kannalta välittyy myös opinnäytetyöstämme. Raha-automaattiyhdistys RAY on Stop Huumeille ry:n isoin tukija ja rahoittaja.

”Stop Huumeille ry:n perusarvoja ovat ihmisen kunnioittaminen omana itsenään, oikeudenmukaisuus, tasa-arvo ja yhteistyö.” (Stop Huumeille ry 2013.) Yhdistyksen yhteisenä ja yleisenä periaatteena pidetään pyrkimystä tuen tarpeessa olevien ihmisten kohtaamiseen ja heidän elämäntilanteensa parantamiseen. Kenenkään taustoja ei kysellä ja kukin saa kertoa itsestään juuri sen verran kuin itse kokee tarpeelliseksi. Jokaista tuetaan heidän omista lähtökohdistaan ja heidän tarpeensa ja toiveensa huomioon ottaen. Ainoa edellytys Stopissa vierailuun on päihteettömyys. (Stop Huumeille Ry 2013.)

2 Tapahtuman järjestäminen

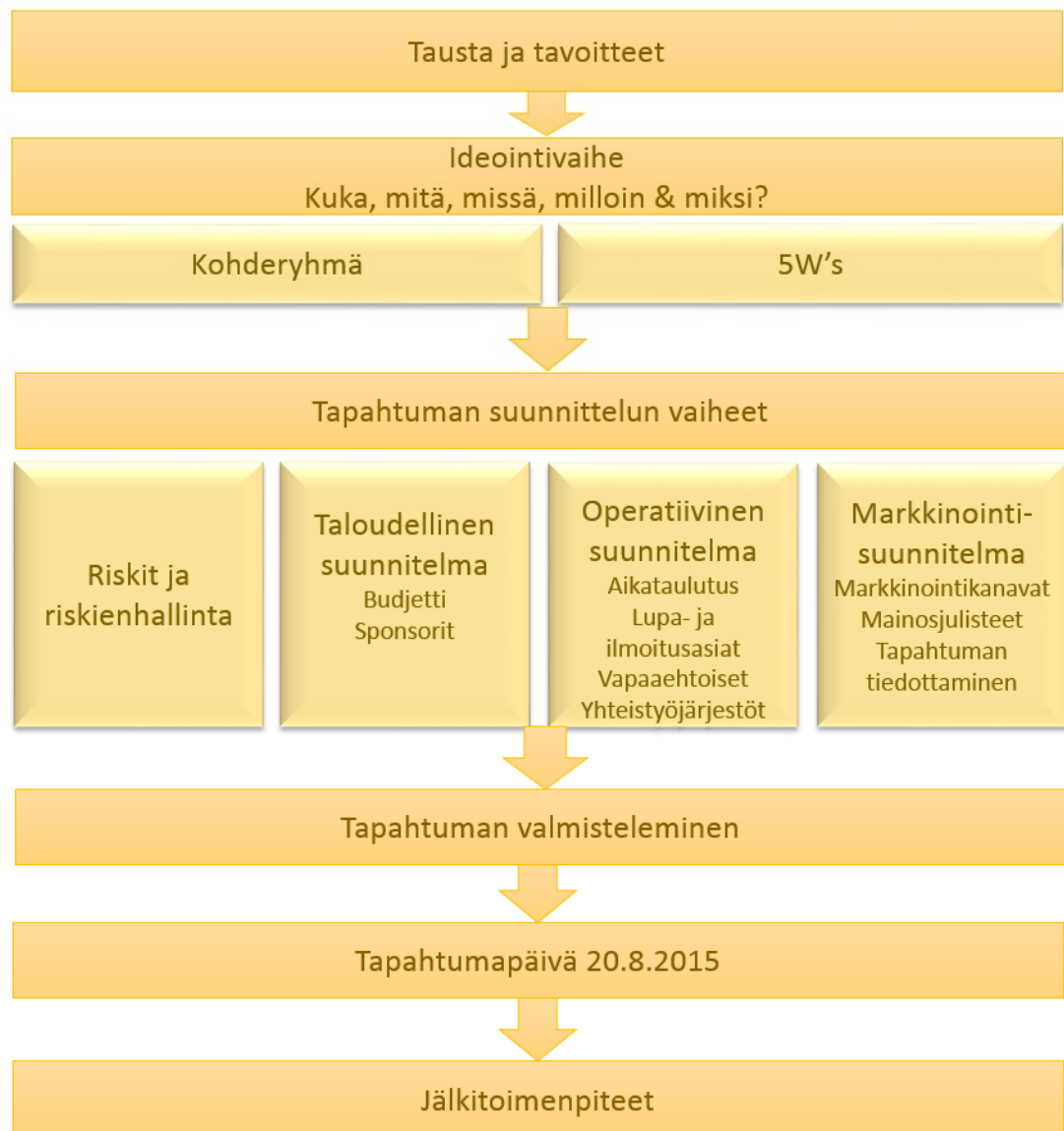
Vallo & Häyrinen (2014, 259) kuvaavat kirjassaan tapahtuman järjestämisen olevan kuin rakentaisi taloa. Jos tapahtuma on onnistunut, lopputuloksena on onnellinen talo, jossa on ainutlaatuinen tunnelma ja ihmiset nauttivat olostaan. He vertaavat talon rakentamista ja tapahtuman järjestämistä toisiinsa, sillä molemmat vaativat yhtä lailla monia eri alan ammattilaisia ja periksi antamatonta yhteistyökykyä heidän välillään. Voidaan ajatella, että tapahtumalle tarvitaan sen omistaja, projektipäällikkö sekä kasoittain muiden alojen osajia, jotta tapahtuma onnistuisi parhaalla mahdollisella tavalla. (Vallo & Häyrinen 2014, 259.)

2.1 Tapahtuman suunnitteluprosessi

Käsite prosessi viittaa toisiinsa liittyvien tapahtumien ja tehtävien muodostamaan kokonaisuuteen. Kuten Laamanen & Tinnilä (2013, 24) toteavat, useita prosesseja toteutetaan projekteina, vaikka todellisuudessa projekti on työkalu monimutkaisten prosessien hallitsemiseen. Kun prosesseja halutaan kehittää, tapahtuu varsinainen toiminta kehitysprojektin avulla. Suunnitteluprosessia nimitessä on hyvä ottaa huomioon sen tavoitteet ja tulokset ja muistaa, että asiakakkaan kuunteleminen on tapahtuman onnistumisen kannalta ensiarvoista. (Laamanen & Tinnilä 2013, 120–125.)

Käytimme suunnitteluprosessissa apuna Shone & Parryn (2013, 120) prosessikaaviota, jonka mukaisesti suunnittelu jakautuu kolmeen eri osa-alueeseen: taloudellinen suunnitelma, operatiivinen suunnitelma ja markkinointisuunnitelma. Suunnittelimme ja teimme heidän prosessikaaviota avuksi käyttäen tapahtumastamme vastaavanlaisen prosessia kuvaavan kaavion (Kuvio 1).

Työn tavoitteet ja taustat määrittelimme johdannossa ja näin ollen ideointivaihe on työme seuraava käsiteltävä osa-alue. Tämän jälkeen siirrymme taloudelliseen osioon, jossa avaamme tapahtumamme budjettia ja sponsoreita. Operatiivisessa suunnitelmassa käymme läpi tapahtuman aikataulutusta, lupa- ja ilmoitusasioita, vapaaehtoisia työntekijöitä ja yhteistyöjärjestöjä. Markkinointisuunnitelmassa esittelemme käyttämiämme markkinointikanavia. Tämän jälkeen esittelemme tapahtumapäivän kulun. Työn neljännessä pääluvussa käsittelemme ja analysoimme tapahtumasta saatua palautetta asiakkaiden palautteiden pohjalta. Palautteiden analysoinnin kautta esittelemme kehitysehdotuksia, jotta vastaavanlaisten tapahtumien järjestäminen tulevaisuudessa olisi helpompaa. Päättämme työn pohdintaan, jossa arvioimme omaa oppimistamme opinnäytetyöprosessista.



Kuvio 1. Tapahtuman suunnitteluprosessi (Shone & Parry 2013, 120) mukaillen

Lohkomme tämän prosessikaavion osiin opinnäytetyön edetessä. Näin ollen työn sekaan lohkottu Shone & Parryn suunnitteluprosessia mukailemamme kaavio on lähdeviitattu vain yhden kerran, yläpuolella nähtävässä kuviossa yksi. Käymme loogisesti kaikki osa-alueet läpi aina ensiksi teoriaan paneutuen ja vasta sitten omaan näkemykseemme ja tapahtumaamme peilaten. Kaavion on tarkoitus helpottaa ymmärtämään työmme eri vaiheet aina suunnitteluvaiheesta lopputuloksen arviointiin. Opinnäytetyömme etenee systemaattisesti tavoitteista ja ideointisuunnitelmasta tapahtuman yksityiskohtaisempaan suunnitteluun.

2.2 Tapahtuman ideointivaihe

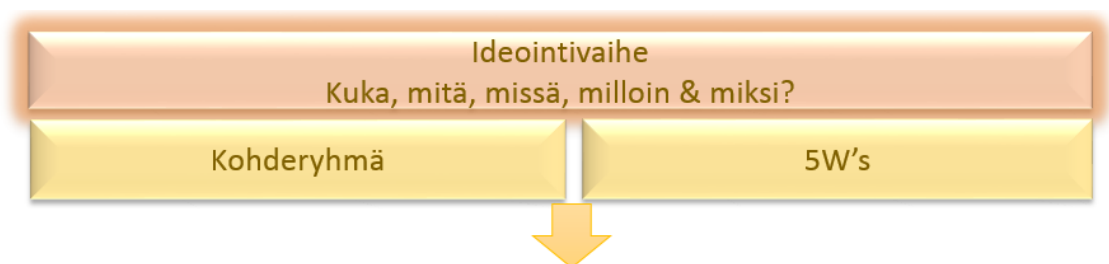
Ideointivaihe on ensimmäinen tapahtumatuotannon osa-alue taustojen ja tavoitteiden määrittelyn jälkeen. Nimensä mukaisesti siinä ideoidaan tapahtumaa haluttuun suuntaan.

Ideointivaiheen jälkeen voidaan siirtyä tapahtuman suunnittelun eri osa-alueisiin. Ideointivaiheessa on tärkeää miettiä etenkin tapahtuman sisältöä ja luonnetta. Onko tapahtuma esimerkiksi urheilupainotteinen, vai painottuuko se enemmän esimerkiksi musiikkipuoleen, kuten meidän opinnäytetyö- tapahtumassamme. On tärkeä pohtia, kenelle tapahtuma on suunniteltu, mikä sen tavoite on ja miksi järjestämme juuri tämän tapahtuman. (Kekkonen 2015.)

Teeman rajaaminen ja sen tärkeys korostuvat tapahtuman ideointi ja suunnitteluvaiheissa. Tapahtuman teema voi olla puhutteleva, mukaansatempaava tai leikittelevä. Tärkeää on, että tapahtuman teema välittyy läpi koko tapahtuman ajan, aina kutsujen lähettämisestä saakka. (Vallo & Häyrynen 2014, 198–202.)

Tapahtuman ideointivaiheessa on hyvä määritellä myös tapahtumaan tavoiteltu kohderyhmä. Kohderyhmän valitseminen helpottuu, kun tunnetaan potentiaalisten asiakkaiden toimintatavat. Merkittävä tekijä kohderyhmän valitsemisessa on esimerkiksi se, missä asiakkaat asuvat ja kuinka pitkän matkan takaa he ovat valmiita tulemaan tapahtumaan. (Shone & Parry 2013, 197–198.)

Hyvä käytännön työkalu tiedon kokoamisessa ideointivaiheessa voi olla esimerkiksi ”The Five W’s”. Tämä englannin kielellä usein tunnetumpi työkalu vastaa kysymyksiin: who, what, where, when ja why? Suomeksi: kuka/ketkä, mitä, missä, milloin ja miksi? ”The Five W’s” on yksinkertainen työkalu, jota pystytään hyödyntämään tiedonhaussa ja kokoamisessa. Usein tähän työkaluun lisätään lisäkysymys: miten? (Porter, 2010.)



Stoppi aloitti tapahtuman ideointivaiheen helmikuussa 2015. Me opinnäytetyöntekijät astuimme mukaan toukokuun alkupuolella. Alun perin tapahtumassa suunniteltiin järjestettävän leikkimielinen jalkapalloturnaus, mutta ideasta luovuttiin, jotta tapahtuman teeman rajaaminen urheiluteemasta konsertiksi olisi selkeämpää. Toimeksiantajallamme oli meidän astuessamme kuvioihin jo artistisopimus Sony Music Finlandin kanssa allekirjoitettuna, sekä tapahtumapäivä valittuna. Stoppi sai järjestettyä tapahtumaan Brandon Bauerin, Karri Koiran, sekä Mustan Barbaarin. Ideana oli hyödyntää näitä jo tunnetuimpia artisteja

markkinoitaessa tapahtumaa. Toimeksiantajamme oli saanut huhtikuussa maanomistajan luvan Helsingin Kaupungilta. Alla on esitelty tapahtuman ideoinnin aikajana, jonka tarkoituksena on auttaa hahmottamaan tapahtuman järjestämisen etenemisestä (kuvio 2).



Kuvio 2. Tapahtuman ideoinnin aikajana

Suunnittelimme tapahtuman ympärille värikkään karnevaaliteeman. Mietimme ideointivaiheessa rajaavamme koko tapahtuma-alueen eli nurmikentän värikkäillä valoroikilla. Päädyimme hylkäämään valoroikkaidean, sillä päättelimme, että tapahtumassa riittäisi valoa pitkälle kesäyöhön ja valoroikat eivät pääsisi oikeuksiinsa. Näin ollen keskityimme sirkus- ja karnevaaliteeman esille tuomiseen muussa somistuksessa.

Tapahtuman pääkohderyhmä on uudet potentiaaliset täysi-ikäiset asiakkaat. Nämä täysi-ikäiset asiakkaat voivat olla joko entisiä huumeiden käyttäjiä tai vielä huumeiden kanssa kamppailevia. Pääasia on, että kun he saapuvat tapahtumaan tai toimeksiantajamme tiloihin, heidän täytyy olla kyseisellä hetkellä selvin päin. Tapahtuman kohderyhmään kuuluvat lisäksi Stopin yhteistyökumppanit ja sidosryhmät. Tapahtuman toissijainen kohderyhmä on Stopin vanhat asiakkaat. Näistä asiakkaista monet ovat perheellisiä, jonka vuoksi heidät on huomioitu tapahtumassa lasten aktiviteettien paljoudella. Toissijainen kohderyhmä on toimeksiantajallemme tärkeä, jonka vuoksi heihin on panostettu näin paljon tapahtuman suunnittelussa. Näiden kohderyhmien lisäksi muiden halukkaiden osallistumista tapahtumaan ei oltu poissuljettu, vaan kaikki olivat tervetulleita juhliin.

Toimeksiantajamme oli jo ideointivaiheessa päättänyt, mitä he haluavat järjestää, missä, milloin ja miksi. Meidän tehtävämme oli koota kaikki palapelin puuttuvat palaset yhteen, yhdelle kaaviolle (kuvio 3). Tämä auttoi meitä opinnäytetyöntekijöitä ja toimeksiantajaamme hahmottamaan tapahtuman keskeisimpiä tekijöitä.



Kuvio 3. Tiedonkeruun työkalu Stopin 15-vuotissyntymäpäivästä

Kuten jo teoriassa pohjustimme, hyvä käytännön työkalu tiedon kokoamisessa voi olla esimerkiksi "The Five W's". Tekemämme kuvio vastaa tapahtuman kohdalla kysymyksiin: kuka/ketkä, mitä, missä, milloin ja miksi? " Nämä on hyvä määritellä ideointivaiheen ensimmäisillä.

2.3 Tapahtuman suunnittelu

Jopa 75 % koko työstä on tapahtuman suunnittelua. Tähän osuuteen kuuluu projektin käynnistäminen, resursointi, päätökset ja varmistukset, käytännön organisointi sekä jo avaamamme ideointivaihe. (Vallo & Häyrynen 2014, 161.) Työmme suunnitteluosuus koostuu riskien kartoittamisesta ja niiden hallinnasta, talousarviosta, sponsoroinnista, markkinoinnista, lupa-asioista, vapaaehtoisten työntekijöiden rekrytoimisesta, yhteistyöjärjestöjen välisistä asioista sekä viikoittaisista kokouksista.

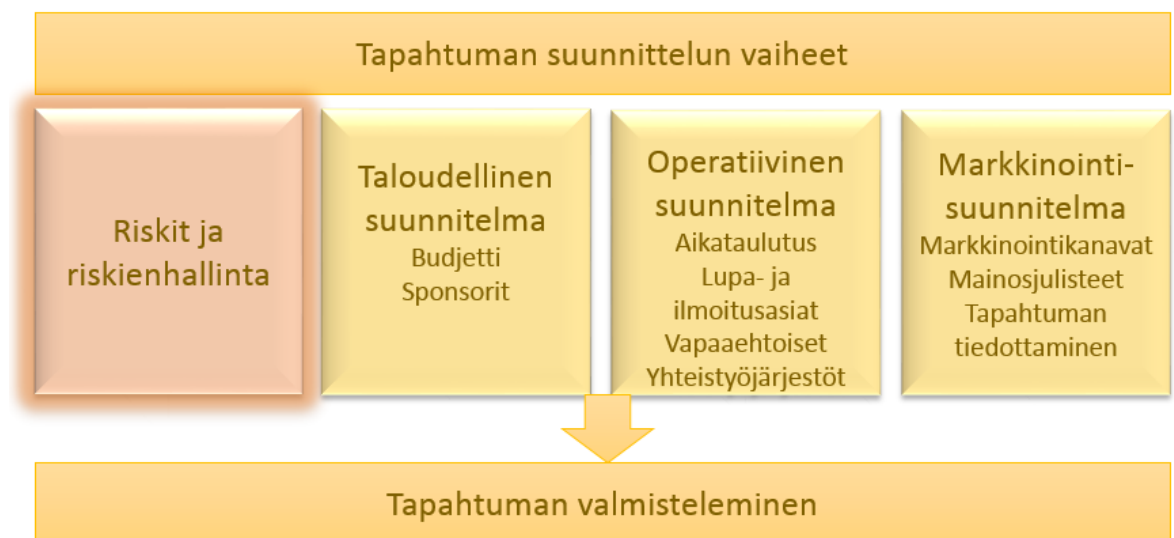
2.3.1 Riskit ja riskienhallinta

Shone & Parry (2013, 222) jaottelevat riskit karkeasti neljään eri pääryhmään, jotka ovat ekonomiset riskit, suorituskykyyn vaikuttavat riskit eli operatiiviset riskit, sekä psykologiset ja fyysiset riskit. Hieman vanhempaa teoriaa riskienkartoituksesta löytyy Kauhasen, Juurakon & Kauhasen (2002, 150) tarkistuslistalta. He ovat jaotelleet riskit yhdeksään yksityiskohtaisempaan osa-alueeseen jotka ovat ympäristöriskit, asiakasriskit, sopimusriskit, aikatauluriskit, henkilöstö ja organisointiriskit, taloudelliset riskit, tekniikkariskit, imago-riskit

ja turvallisuusriskit. He painottavat kirjassaan, että yksi mahdollinen riskienkartoituksen tapa on jaotella riskit tapahtumaa edeltäviin, tapahtuman aikaisiin ja tapahtuman jälkeisiin riskeihin. Molemmat tavat erikseen helpottavat havainnollistamista, mutta yhdessä käytettynä ne huomioivat kaikki mahdolliset tapahtumaa vahingoittavat riskitekijät.

Riskit täytyy ensin tiedostaa, jotta niitä ja niiden laajuutta voidaan arvioida ja sen jälkeen mahdollisesti hallita. Riskianalyysissä on tärkeä pohtia, mitä ja kenelle voi tapahtua sekä mitkä seikat ja tahot voivat aiheuttaa vaaratilanteita ja milloin. Kun puhutaan riskienhallinnasta, puhutaan usein niin sanotusta ABC-ajattelusta. Ajattelutavan A viittaa riskien tiedostamiseen ja näin ollen riskien kartoittamiseen. B viittaa riskien luokitteluun niiden todennäköisyyden ja tapahtuman kannalta merkittävyyden suhteen, tätä osiota voidaan kutsua arvioinniksi. Tämän ajattelumallin C osio viittaa riskien hallintaan. Jos riskit vaikuttavat oleellisesti tapahtuman kulkuun, täytyy ne joko a) eliminoida tai b) alentaa huomattavasti niiden vaikutusvoimaa. Riskien hallinta voidaan määritellä riskien kartoituksen ja arvioinnin jälkeen tehtäviksi asioiksi. (Kauhanen ym. 2002, 54–57.)

Riskien määrittäminen, ennakoiminen ja hallitseminen ovat prosessikaaviomme seuraava käsiteltävä osa-alue.



Meille oli luontaista pohtia riskejä tapahtumaa edeltäviin, aikaisiin ja sen jälkeisiin riskeihin. Käsitelimme pääsääntöisesti riskitekijöitä hieman uudemman lähestymistavan puitteissa. Kuten jo mainittua Shone & Parry (2013, 223) jaottelevat riskit ekonomisiin, suorituskyyyn vaikuttaviin, operatiivisiin, psykologisiin ja fyysisiin riskeihin. Koimme, että tapahtumamme on ensisijaisesti riippuvainen ekonomisista ja suorituskyyyn vaikuttavista tekijöistä. Ekonomisen riski tapahtumassamme olisi vapaaehtoisten, sponsoreiden ja kumppanuuksien puuttuminen tapahtumasta. Tapahtuman kannalta merkittävimmät ope-

ratiiviset riskitekijät olisivat artistien poissaolo, sekä käymälöiden tai pomppulinnojen toimitusvaikeudet tapahtuma-alueelle. Ulkona järjestettävät tapahtumat ovat aina säästä riippuvaisia, jonka vuoksi monet tapahtumat järjestetään säävarauksella ulkona. Pohdimme tapahtuman ympäristöriskejä, sillä sateen sattuessa suunnittelemamme pomppulinnot täytyisi mahdollisesti sulkea lasten turvallisuuden vuoksi.

Hyödynsimme riskienhallinnassa SWOT-analyysiä. Nelikenttäanalyysi (SWOT) tulee englannin kielen sanoista Strengths (vahvuudet), Weaknesses (heikkoudet), Opportunities (mahdollisuudet) ja Threats (uhat). Tämän analyysin avulla voidaan tutkia käsiteltävän asian vahvuuksia, heikkouksia ja tulevaisuuden mahdollisuuksia ja uhkia. (Suomen Riskienhallintayhdistys, 2015.) SWOT-analyysissä arvioimme niin henkilökohtaisia, kuin tapahtuman toiminnan vahvuuksia, heikkouksia, mahdollisuuksia ja uhkia. (kuvio 4). Tämä analyysimenetelmä helpotti hahmottamaan, kaikkia niitä vahvuuksia ja heikkouksia, joita tapahtumalla sitä suunniteltaessa oli. Pyrimme minimoimaan tapahtuman heikkoudet mahdollisuuksiemme mukaan sekä hyödyntämään parhaalla mahdollisella tavalla vahvuksiamme. Analysoimamme uhat ja mahdollisuudet antavat kehitysmahdollisuuksia tapahtumien järjestämiseen tulevaisuudessa.

SWOT-Analyysi

<p>Vahvuudet (Strengths)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tapahtuman ainutlaatuisuus • Ammattitaitoinen henkilökunta • Ahkerat vapaaehtoiset työntekijät • Stopin omat kontaktit • Sponsorien tuki • Ilmainen sisäänpääsy • Päihteettömyys, esteettömyys • Suuri kohderyhmä 	<p>Heikkoudet (Weaknesses)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Minimaalinen budjetti → vaikuttaa laajalti eri osa-alueisiin • Vaikea markkinoida, sillä kohderyhmä ei ole meille entuudestaan tuttu • Tapahtumapaikan syrjäinen sijainti verrattuna muihin taiteiden yön tapahtumiin • Tapahtuma-alueen haastavuus → kaikki rakennettava itse
<p>Mahdollisuudet (Opportunities)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uudet yhteistyötahot, kumppanuudet ja sponsorit • Stopin tunnettavuuden kasvaminen • Nykyisten asiakassuhteiden ylläpito • Mahdollisesti päihteiden käytön estäminen jos asiakas kiinnostuu toimeksiantajamme toiminnasta 	<p>Uhat (Threats)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meidän kokemattomuutemme tapahtumien järjestämisessä • Aikataululliset riskit • Yhteistyökumppaneiden vähäinen osallistujamäärä • Nurmikentän vahingoittuminen • Henkilöstön sairastuminen • Artistien ja esiintyjien poissaolo • Huono julkisuus vakavan aiheen takia • Alkoholin tai päihteiden alaisten ihmisten saapuminen tapahtumaan

	<ul style="list-style-type: none"> • Tekniikkariskit • Kilpailijat, tässä tapauksessa muut taiteiden yön tapahtumat • huono sää
--	--

Kuvio 4. Tapahtuman SWOT-Analyysi

Tapahtuman vahvuudet painottuivat mielestämme ammattitaitoiseen henkilökuntaan ja erittäin ahkeriin vapaaehtoiisiin työntekijöihimme. Vapaaehtoiset auttoivat esimerkiksi ilmoitusten jakamisessa rappukäytäviin sekä kymmenissä eri tehtävissä ennen tapahtumapäivää. Sponsorien tuki oli tapahtuman onnistumisen kannalta ensiarvoista. Pidämme tapahtuman vahvuutena ilmaista sisäänpääsyä, joka onnistui pitkälti hyväntekeväisyyden avulla. Tapahtuma erottui muista taiteiden yön tapahtumista sen arvojen, sanoman sekä päihitteettömyytensä puolesta. Usein Taiteiden yöhön liitetään etenkin Helsingin ydinkeskustassa nuorten keskuudessa päihitteet. Me tarjosimme nuorille jotain vaihtoehtoja tekemistä. Suurta kohderyhmää ja avointa sisäänpääsyä tapahtumaan voidaan pitää sekä vahvuutena, että uhkana. Emme poissulkeneet kenenkään osallistumista tapahtumaan, ja näin ollen tavoittelemamme 500 osallistujaa teki kohderyhmästämme suhteellisen suuren.

Listasimme heikkouksiksi minimaalisen budjetin ja tapahtumapaikan syrjäisen sijainnin. Budjetin luominen ilman konkreettista budjettia sekä siinä pysyminen ilman varmuutta siitä, missä oikein pitäisi pysyä, oli yksi heikkouksistamme. Säästimme pitkän pennin yhteistyökumppaneilta saatujen lahjoitusten avulla ja minimaalinen budjettimme pysyi näin kontrollissa. Kun otimme yhteyttä yhteistyökumppaneihin ja pyysimme tarjouksia eri yrityksiltä, laskimme tarjoukset aina hiukan yläkanttiin, jotta kapea budjettimme kärsisi mahdollisimman pienet tappiot.

Koimme tapahtuman kannalta uhaksi meidän opinnäytetyöntekijöiden oman kokemattomuuden tapahtumien järjestämisessä. Kun kaksi ihmistä, eli me opinnäytetyöntekijät, ovat näin suuressa vastuussa tapahtuman onnistumisesta, on selvää, että se on riskialtista. Vaikka jaoimme yhteisen päämäärän, vision sekä mieltymykset ja tunnemme toisemme läpikotaisesti, oli hyvä sopia yhteiset pelisäännöt heti alkumetreillä. Päätimme olla rehellisiä ja uskaltaa sanoa toisillemme kaikista asiasta tarpeen tullen.

Erimielisyydet toimeksiantajamme kanssa pyrimme välttämään selkeillä suunnitelmilla, viikoittaisilla palavereilla ja yhteydenpidoilla. Tapahtuman kannalta merkittävimmät uhkatekijät ja riskit olivat artistien ja esiintyjien poissaolo, tekniikkariskit, sekä kilpailijat. Muita uhkia olivat yhteistyökumppaneiden vähäinen osallistujamäärä, ympäristöriskit, henkilötöriskit, huono julkisuus vakavan sanoman vuoksi ja alkoholin tai päihitteiden alaisten ih-

misten saapuminen tapahtumaan. Tilanteissa joissa riskit voisivat vaikuttaa merkittävästi tapahtuman kulkuun, täytyi meidän pohtia keinoja, miten voisimme alentaa niiden negatiivista vaikutusvoimaa tapahtuman kulkuun. Kuten jo mainitsimme, olimme pohtineet myös ulkona järjestettävän tapahtuman sääriskejä. Yritimme saada lahjoituksensa tapahtumalle sadeviittoja, sillä Suomen kesät ovat arvaamattomia, ja emme halunneet sateen yllättävän kesken konsertin. Emme valitettavasti saaneet sadeviittoja yrityksestä huolimatta ja toimeksiantajamme ei halunnut niitä ostaa, joten toivoimme aurinkoista kesäpäivää.

Aikataululliset riskit pyrimme eliminoimaan aikatauluttamalla ja suunnittelemalla asiat huolellisesti ennen tapahtumaa ja sen aikana. Tapahtumapäivä oli jaettu lukuisten aikataulujen avulla, kuten artistien esiintymisajat oli valmiiksi sovittu. Aikataululliset ongelmat olisivat pahimmassa tapauksessa voineet vaikuttaa huomattavasti tapahtumapäivän kulkuun. Esimerkiksi, jos tapahtumaa varten tehdyt työpaidat olisivat jääneet painoon, olisimme saaneet käyttää mielikuvitustamme työntekijöiden vaatetuksessa. Vastaavasti artistien mahdollinen poissaolo tai myöhästyminen olisi sekoittanut esiintymisaikataulutuja.

Päihteettömyys toi omat haasteensa vartioinnin näkökulmasta, sillä tapahtuma-alueen päihteettömyyttä piti pitää silmällä erittäin huolellisesti. Alkoholin tai päihteiden vaikutuksen alaisena olevien ihmisten saapumisen tapahtumaan pyrimme minimoimaan järjestyksenvalvojen avulla ja tapahtuma-alueen rajaamisella. Olimme suunnitelleet lapsille paljon aktiviteetteja ja oli selvää, että tapahtumaan ei toivottu päihteiden vaikutuksen alaisia ihmisiä. Emme halunneet kuitenkaan tutkia ihmisten laukkuja sisääntulolla, vaan luotimme ihmisten omaan arvostelukykyyneen.

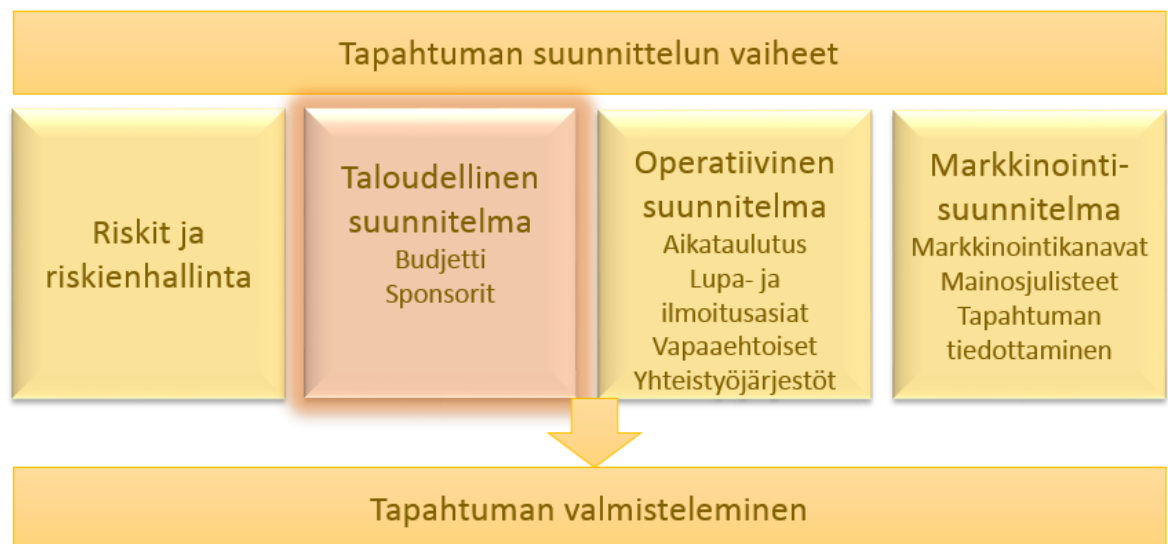
Pidimme uhkana kilpailijoita, eli muita Taiteiden yön tapahtumia ympäri kantakaupunkia. Taiteiden yönä ihmisillä on paljon valinnanvaraa, mihin tapahtumaan mennä. Kyseenalaistimme, mahtavatko ihmiset matkustaa Itä-Pasilain konserttiimme Esplanadin tanssiesityksen sijaan. Koska tanssiesityksen asiakaskunta ei pääsääntöisesti ollut tavoittelemamme kohderyhmää, eivät kilpailijat olleet yhtä iso uhka tapahtumallemme, kuin mitä esimerkiksi päihteiden vaikutuksen alaiset ihmiset olisivat olleet.

2.3.2 Taloudellinen suunnitelma

Taloudellista suunnitelmaa miettiessä on hyödyllistä tarkastella aikaisempia vastaavia projekteja, jotta saa realistisen käsityksen tapahtuman kuluista ja tuotoista. Lähtökohtaisesti on hyvä tiedostaa, että hyväntekeväisyyspohjalle rakennettu tapahtuma ei automaattisesti tarkoita, etteikö kuluja tulisi. Ideaalitilanteessa tapahtuman suunnitteluvaiheessa voidaan turvautua tapahtumatoimiston apuun. (Vallo & Häyrinen 2014, 150.)

Kohderyhmän tuntemisesta on paljon hyötyä, jos pyrkii välttämään turhat rahanmenot. Esimerkiksi miesvaltainen joukko syö normaalisti enemmän kuin naisporukka ja nuorille saattaa viinin sijaan maistua keskiolut. Usein ne erikoisemmat tiedonjyvät ovat avaintekijät koko suunnitteluprosessissa. Näin vältetään niin sanotun ”varaston” eli raaka-aineiden, ruokien ja juomien säilytystä olevan tilan turhalta täyttymiseltä. Budjetointi täytyykin lähtökohtaisesti miettiä tulojen ja menojen suhteen avulla. (Vallo & Häyrinen 2014, 150–152.)

Jokaisen tapahtuman järjestäjän on hyvä pohtia valmiiksi, paljonko on valmis sijoittamaan omaa rahaa tapahtuman järjestämiseen tilanteen näin vaatiessa. Nykyinen taloustilanne ei anna kaikille yrityksille mahdollisuutta hyödyntää tapahtumatoimiston apuja. Tapahtumia tehdään paljolti oman henkilökunnan, vapaaehtoisten ja meidän opinnäytetyöntekijöiden voimin. (Vallo & Häyrinen 2014, 150–152.)



Toimeksiantajamme ei määritellyt tapahtumalle budjettia, vaan lähtökohtana oli nollabudjetin tavoittelu. Mielestämme budjetin määritteleminen on tärkeä tapahtuman suunnittelun vaiheessa, vaikka sitten edes lyhyesti. Stoppi määritteli lähtökohdaksi nollan, joka tarkoitti aina ensisijaisesti lahjoituksen, tuen tai sponsorin saamista, ja vasta sitten toimeksiantajamme rahojen käyttämistä.

Lähdimme hakemaan rahoitusta tapahtumalle kilpailun kautta, osallistumalla Helsingin Energian ja Basso-radion järjestämään kilpailuun, jossa meillä oli mahdollisuus voittaa 3000 euroa käyttörahaa tapahtumalle. Kilpailussa eniten sosiaalisessa mediassa huomiota herättäneet ja tykkäyksiä keränneet 10 tapahtumaa voittivat rahapotin. Olimme aktiivisia rahoituskampanjan kanssa, mutta kun huomasimme, että se ei tuottanut toivottua tulosta tarpeeksi nopeasti, päätimme keskittyä sponsoreiden hankintaan.

Varasimme tapahtumassa myytyihin lettuihin, makkaroihin ja kalasoppaan tarvittavat raaka-aineet tavoitellun 500 kävijämäärän mukaan. Hyödynsimme raaka-aineiden suunnittelun määrissä Stopin vanhojen tapahtumien myyntitilastoja. Ruokakojujen tarkoitus ei ollut tuottaa Stopille tuloja, vaan ainoastaan kattaa raaka-aine sekä mahdolliset lasten aktiviteettien ohjelmakulut. Tapahtumalla ei haettu näin minkäänlaista voittoa, jonka vuoksi opinnäytetyömme taloudellinen osio on toissijainen asia työssämme.

Tapahtuman sponsorointi

Sponsorointi on kehittynyt 1980-luvulta nykypäivän uniikiksi markkinointiviestinnän keinoksi. Sponsoroinnin päällimmäinen syy ja tavoite ovat samat kuin yrityksen liiketoiminnan: kasvattaa myyntiä ja nostaa yrityksen tulosta. Termi ”sponsor” viittaa rahoittajaan, taloudelliseen tukijaan tai kustantajaan, kun puolestaan ”sponsorointi” on toimintaa, joka perustuu yrityksen ja kohteen väliseen toimintaan. Siihen liittyy aina suorite ja vastasuorite eli molempien osapuolien on hyödyttävä sopimussuhteesta. (Valanko 2009, 35–54.)

Sponsorointia ja hyväntekeväisyyttä ei saa sekoittaa keskenään. Hyväntekeväisyydessä hyvää tekevä taho ei odota lahjoituksesta vastiketta, eikä taholle ole tärkeää julkisuus tai sopimukset. Sponsorointi taas puolestaan on osa yritysten markkinointiviestintää. Tapahtuman järjestäjän kannattaa harkita minkä yrityksen, järjestön tai organisaation markkinointiviestinnässä he haluavat olla mukana. (Kauhanen ym. 2002, 69–70.) Yleisesti uskotaan, että tapahtumaan on helppo saada mukaan sponsoreita. Todellisuudessa mahdollisten rahoittajien saaminen houkutteleviinkin tapahtumiin on erittäin vaikeaa. (Shone & Parry 2013, 156–162.)

Ensimmäinen askel tapahtumalle sopivien sponsorien etsinnässä on observointi. On hyvä panna merkkeille, että tapahtuman ja mahdollisten sponsorien täytyy työskennellä samoilla kohde-markkinoilla. Ennen varsinaisia yhteydenottoja kannattaa sponsorointia myös pohtia rahoittajan näkökulmasta. Rahoittajat haluavat tietää, kuinka paljon medianäkyvyyttä he parhaimmillaan tapahtumaan osallistumisesta saavat. Viimeiseksi on hyvä pohtia ja perustella sponsoreille mahdollinen muu heidän tapahtumasta saamansa hyöty. (Shone & Parry 2013, 156–162.)

Kauhanen ym. (2002, 69–70) jakavat sponsoroinnin yhteistyötasot neljään osaan, jotka ovat mainosarvon hyödyntäminen, mainonta tapahtumapaikalla, kiinteä yhteistyö ja tapahtuman tai kampanjan luominen. Mainosarvon hyödyntämisessä yritys hyödyntää tapahtuman mainosarvoa, mutta yhteistyö ei ole sen laajempaa. Mainostaminen tapahtuma-alueella on yleisin sponsoroinnin muoto, koska sen toteuttaminen on suhteellisen vaiva-

tonta. Kiinteä yhteistyö on pitkäkestoisempaa yritysten välistä kumppanuutta. Kampanjan luomisessa puolestaan yritys voi luoda tai keskittää tapahtumaan oman huomiota herättävän kompleksin. (Kauhanen ym. 2002, 69-70.)

Etsimme sponsoreita ensisijaisesti ruokapuolelta, jotta säästäisimme tapahtuman raaka-ainekustannuksissa. Kuten jo mainittua toimeksiantajamme halusi panostaa lasten aktiviteetteihin, jonka vuoksi etsimme lisäksi sponsoreita kyseiseltä kohdemarkkinalta. Alla näkyvässä kuviossa (kuvio 5) on esitelty kaikki 12 sponsoriamme ja heidän lahjoituksensa. Näiden 12 sponsorin lisäksi RAY tukee ja tekee kiinteää yhteistyötä toimeksiantajamme kanssa.

Yhteistyöjärjestöt	Saatu lahjoitus
<i>Coinline Oy</i>	-35% alennus tuotteista
<i>Fazer</i>	Angrybirds karkit
<i>Fine Foods</i>	St. Dalfour hillot
<i>Geezers</i>	Maalit logokilpailuun
<i>Kalamesta</i>	Lohet lohikeittoon
<i>Leader Foods Oy</i>	Barebar- välipalapatukat
<i>Linnanmäen sirkuskoulu</i>	Taitohahmot ja esityksiä
<i>Mars Finland</i>	Snickers-minipatukat lapsille
<i>NRJ</i>	NRJ- soittolista
<i>Soppakeittiö</i>	Valmistavat lohikeiton
<i>Tikkurila</i>	Valkoinen pohjamaali
<i>Karhupuiston Plastiikkakirurgia Oy</i>	Palkinnot arvontojen voittajille

Kuvio 5. Stopin 15-vuotissyntymäpäivätapahtuman tukijat

Järjestimme Facebookissa arvonnän, johon suunnittelimme alun perin palkinnoksi ravintolalahjakortin. Aikataulullisten ongelmien puitteissa hylkäsimme idean ja hyödynsimme kontaktejamme Karhupuiston Plastiikkakirurgiaan. He lähtivät mukaan sponsoroimaan tapahtumaa 50 euron arvoisen lahjakortin ja lymfahoidon avulla.

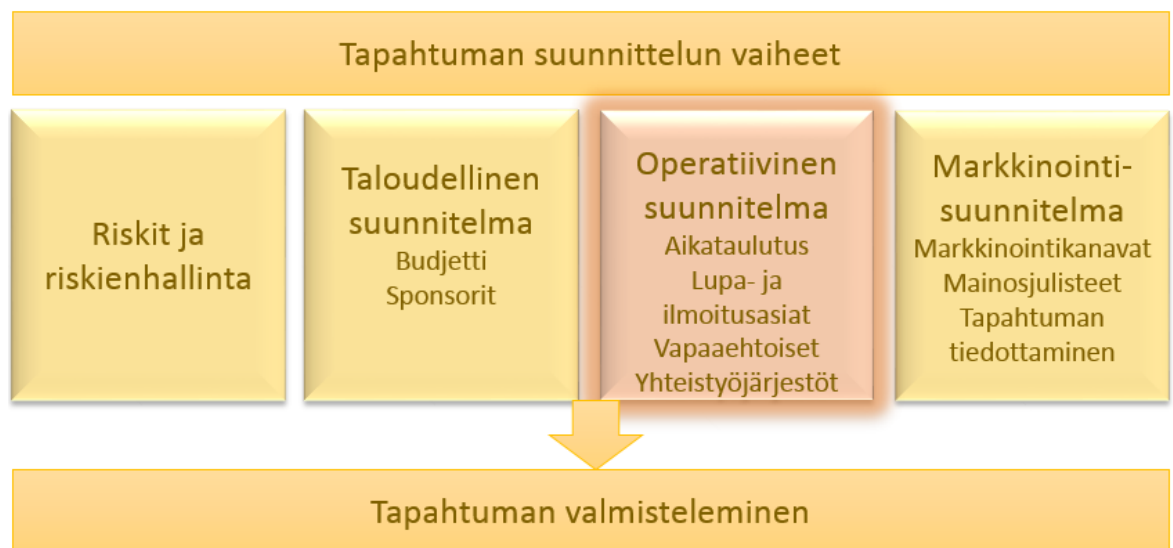
Saimme Coinline Oy:ltä tarjouksen kahdesta lasten pomppulinnasta ja voimalekasta, jonka hyödynsimme. Tarjoukseen sisältyi tuotteiden kuljetukset ja purku. Linnanmäen sirkuskoulun taitohahmot, eli puukepeillä kävelijät jakoivat lapsille Fazerilta, Leaderiltä ja Mars Finlandilta saamiamme karkkeja ja välipalapatukoita. Lisäksi Linnanmäen sirkuskoulu esiintyi tapahtuma-alueella ja opetti lapsille erilaisia temppuja. Fine Foods sponsoroiti tapahtumaa St.Dalfour- hilloilla. Hillot olivat tapahtumassa näkyvillä ja tarjolla lettupisteellä. Hakaniemen Soppakeittiö valmisti lohikeiton etukäteen ja tarjoili sitä vapaaehtoisvoimin tapahtumassa. Lohikeittoon saimme loheta Kalamestasta. Ruokalahjoitusten lisäksi radio-kanava NRJ teki meille oman soittolistan tapahtumaan. Soittolistaa kuultiin aina artistien

esitysten välissä, sekä loppuillasta konsertin päätyttyä. Tikkurilan valkoisen pohjamaalin ja Geezersin spraymaalit hyödynsimme yhteistyöjärjestöille organisoimassamme logon maalaukilpailussa.

Sponsorit saivat näkyvyyttä tapahtumapaikalla, sosiaalisessa mediassa ja toimeksiantajamme aikakauslehdessä. Toimeksiantajamme kiinteä yhteistyökumppani RAY sai logonsa mainosjulistisiin ja näkyvyyttä sosiaalisessa mediassa. Kaikki muut tukijat saivat myös näkyvyyttä tapahtuman Facebook-sivulla ja toimeksiantajamme nettisivuilla. Tämän lisäksi kaikki tapahtuman tukijat on esitelty marraskuussa 2015 ilmestyvässä Stop Huumeille-lehdessä. Jätämme osan sponsorointisopimuksista kokonaan mainitsematta työssämme niiden luottamuksellisuuden vuoksi.

2.3.3 Operatiivinen suunnitelma

Shone & Parry jaottelevat prosessikaaviossaan tapahtuman suunnittelun operatiivisen vaiheen hieman yksityiskohtaisemmin kuin me teimme. Heidän mukaansa tämä suunnitteluvaihe koostuu ensimmäiseksi tapahtuman paikan, ajankohdan ja keston valitsemisesta ja sen jälkeen henkilöstön, laitteiden, tuotannon, aikataulutuksen ja turvallisuuden suunnitelmista. (Shone & Parry 2013, 120.)



Meidän mukaamme operatiiviseen suunnitelmaan kuuluu aikataulutusten tekeminen, lupa- ja ilmoitusasiat ja niihin liittyvien dokumenttien käsittely. Käsitlemme vapaaehtoisten työntekijöiden rekrytoimisprosessia sekä heidän työpanoksensa tärkeyttä tapahtuman onnistumisen kannalta. Kuvailemme operatiivisen suunnitelman lopussa yhteistyöjärjestöjen osuutta tapahtumassa.

Aikataulutus

Ajan hallitseminen auttaa tapahtuman ja projektin ohjaamisessa. Se helpottaa ja selkeyttää resurssien, kustannusten ja järjestelyiden seuraamista. Aikataulutuksen ensimmäinen työvaihe on paikan, ajankohdan ja tapahtuman keston valitseminen. Kannattaa pohtia, miten tapahtuman ajoittaa verraten muihin tapahtumiin. Pienellä paikkakunnalla ei esimerkiksi ole kannattavaa järjestää kahta isoa tapahtumaa samana päivänä, ainakaan jos toivottu kohderyhmä on molemmissa sama. Tapahtuman ajankohdan valinnan jälkeen kannattaa määritellä takaraja, jolloin hoidettavat asiat on täytynyt viimeistään suorittaa. Vaikka tekemättömiä tehtäviä olisi jäljellä vielä tapahtumapäivänä, päivämäärää ei enää pystytä muuttamaan ja aikataulun pettäessä tapahtuma järjestetään joka tapauksessa. (Kauhanen ym. 2002, 99–100.)

Toukokuussa 2015 aloitimme Gantt Chartin, eli projektin suunnittelukaavion tekemisen. Tämä kaavio näyttää kiteytettynä tekemättömät tehtävät sekä milloin ne ovat viimeistään tehtävä. Gantt Chartin vertikaalisella puolella on luettelo projektin tehtävistä ja yläreunassa on aikaväli sopivassa mittakaavassa. (Gantt 2015.) Tekemämme kaavio löytyy liitteistä (liite 1) nimellä ”Tapahtuman suunnittelun aikataulu”.

Toimeksiantajamme valitsi tapahtuman paikan, ajankohdan ja keston jo ideointivaiheessa. He ottivat huomioon sijainnin, liikenneyhteydet tapahtumapaikalle, esteettömyyden sekä tapahtuma-alueen ympäristön. Ajankohdaksi valittiin torstai 20.8.2015, jolloin oli myös Helsingin juhlatiikot ja tapahtumapäivänä juhlittiin Taiteiden yötä. Muita aikataulutettavia asioita olivat: tapahtumapäivän aikataulutus, esiintyjien aikataulutus ja juontojen aikatauluttaminen. Rakennus- ja purkuaikataulu sekä artistien esiintymisaikataulutus ovat nähtävillä liitteissä 2. ja 3.

Tapahtuman luvat ja ilmoitukset

Suomessa on tiukat lait tapahtuman järjestämiselle, ja tapahtumanjärjestäjän pitää olla erittäin tarkkana, jotta tapahtuman kannalta vaaditut kriteerit toteutuvat ilman viranomaisien puuttamista asiaan. Suurimpien kaupunkien omilta internetsivuilta löytyvät helppokuiset ohjeet tapahtumanjärjestäjälle. (Vallo & Häyrynen 2014, 153–154.)

Huolellisesti täytetyt lupahakemukset nopeuttavat lupien käsittelyaikoja ja edesauttavat päätöksen saamista. Poliisi-, ympäristö-, pelastus-, ja hyvinvointiviranomaisiin kannattaa olla yhteydessä suunnittelun varhaisessa vaiheessa. Suurin osa luvista on mahdollista

tehdä sähköisesti, jolloin säästetään aikaa ja helpotetaan prosessin nopeammin etene-
mistä. (Kauhanen ym. 2002, 86.)

Tapahtuman järjestäjän täytyy huolehtia tapahtuman turvallisuudesta, sekä varmistaa, että tapahtuma ei vaaranna ihmisiä tai ympäristöä. Poliisi on määritellyt yleisötilaisuuden kokoontumislaissa, ja sillä tarkoitetaan tapahtumaa, joka on kaikille avoin kutsuttujen osallistujien lisäksi. Erilaisia yleisötapahtumia ovat esimerkiksi messut, kilpailut, näytökset ja konsertit. Tapahtuman järjestävä taho on vastuussa tapahtumaan tarvittavista luvista, ilmoituksista ja tiedottamisesta. (Länsi-Uudenmaan Poliisilaitos 2015, 1.)

Meille välttämättömiä lupia olivat

- maanomistajan lupa, josta vastasi Helsingin Kaupunki
- kirjallinen lupa poliisilta
- ympäristönsuojelulain 118 § (527/2014) edellyttämä meluilmoitus
- musiikin käyttöluvut: teosto & gramex.

Toimeksiantajamme oli saanut maanomistajan luvan tapahtuma-alueelle helmikuussa 2015. Yleisesti Helsingin Kaupungilla on varsin tiukat kriteerit tapahtuman järjestämiselle. He tarkkailevat saniteettitilojen määriä ja edellyttävät tapahtuma-alueelle tuotavan tarpeeksi käymälöitä, eli bajamajoja. Kaupungille on tärkeää, että tapahtuma-alue ei kärsi merkittäviä vahinkoja tapahtuman takia. (Helsingin Kaupunki, 2015.) Vapaaehtoiset työntekijämme huolehtivat kokonaisvaltaisesta siivouksesta tapahtuman ajan. Tapahtumallemme myönnettiin yleisötilaisuuden järjestämislupa viikkoa ennen tapahtumaa. Kyseiseen järjestämislupaamme liitimme järjestyksenvalvojien nimet, pelastussuunnitelman, sekä ympäristönsuojelulain velvoittaman ilmoituksen eli meluluvan. Luvan käsittely ja päätös luvasta maksoivat yhteensä 25 euroa.

Ympäristönsuojelulain edellyttämä ilmoitus eli melulupa tulee tehdä ympäristökeskukselle vähintään 30 vuorokautta ennen tapahtumaa. Meluluvassa täytyy ilmetä tapahtumaan odotettu osallistujamäärä, aiheutuvan melun määrä, sekä miten äänentoisto on suunniteltu. Ympäristökeskus vaatii desibelimittaukset tapahtumassa aiheutuvasta melusta, sekä selvityksen siitä miten ylimääräinen melu pyritään estämään. Tapahtuman järjestäjän on ilmoitettava melun tai tärinän vaikutuspiirissä oleville asukkaille kirjallisesti. (Helsingin Kaupunki 2015.) Jätimme meluilmoituksen 23.6.2015 sähköisessä asiointipalvelussa. Muutamaa päivää myöhemmin saimme lisäselvityspyynnön, jossa pyydettiin alueen karttaa (liite 4) ja desibelimittauksia äänentoiston vahtimisen todentamiseksi. Kohdensimme lavan pois päin asuinalueesta, jolloin mahdollinen tapahtumasta aiheutuva melu olisi asuinalueen asukkaille mahdollisimman pieni. Melulupahakemus hyväksyttiin 16.8.2015.

Toimeksiantajamme yksittäisenä tapahtuman järjestäjänä tarvitsi Teoston ja Gramexin yhteisen tapahtumaluvan. Gramex on muusikoiden ja musiikkituottajien tekijänoikeusjärjestö, joka myöntää musiikin ja musiikkivideoiden käyttöluvia (Gramex.) Teosto puolestaan on voittoa tavoittelematon tekijänoikeusjärjestö, jonka musiikintekijät ovat aikoinaan perustaneet huolehtimaan omista eduistaan ja oikeuksistaan. Niiden yhteinen musiikin käyttöluva tarvitaan aina riippumatta siitä, onko tapahtuma maksuton vai maksullinen. (Teosto, 2015.) Jokainen artisti vastasi itse soitettavien kappaleiden ilmoittamisesta Teostoon. Stoppi teki Teostolle yleisen tapahtumailmoituksen 14.8.2015 ja musiikin esityskorvaus määräytyi odotetun osallistujamäärän (500) mukaan ja maksoi 81,35€.

Muita tapahtuman kannalta välttämättömiä lain säätlemiä elementtejä olivat ensiapu, järjestyksenvalvonta, pelastussuunnitelma, sähkö, vesi, jätehuollon järjestäminen, sekä saniteettitilojen riittävä määrä. (Visit Helsinki, 2015.)

Vapaaehtoiset työntekijät

Tapahtuman suunnittelutiimissä tulee olla yksi henkilö, joka vastaa kokonaan tapahtuman työntekijöistä, vapaaehtoisista ja heidän rekrytoimisesta. Työskennellessä vapaaehtoisten kanssa tulee ottaa huomioon heidän kohtelemisensa samanarvoisena kuin palkalliset työntekijät. Heille pitää tiedottaa organisaation toimintatavat ja järjestää sopiva koulutus tai informaatiotilaisuus tiedon välittämiseksi. Vapaaehtoisille pitää antaa lisäksi oikeus omaan mielipiteeseen. Heidän kehitysehdotuksensa tapahtumaan liittyen täytyy ottaa huomioon. Yleisimpiä hyötyjä vapaaehtoistyössä ovat sosiaalinen kanssakäyminen, yhteisön auttaminen, uusien asioiden oppiminen, yleinen aktiivisuus sekä tunne siitä, että on tehnyt jotain oikein. (Van der Wagen & White 2010, 177–180.) Vapaaehtoiset työntekijät tulisi palkita jotenkin kiittäen heidän työpanoksestaan. Erilaisia tapoja ovat esimerkiksi vapaaliput, alennukset, virkistyspäivät tai ruoan ja kulukorvauksien maksaminen. (Kauhanen ym. 2002, 127.)

Kuten johdannossa jo hieman avasimme aihetta, vapaaehtoiset työntekijät olivat tapahtuman onnistumisen kannalta erittäin tärkeitä. Tapahtuma oli voittoa tavoittelematon ja Stopin henkilökunta oli todella rajallinen. Stopin toiminnanohjaaja vastasi vapaaehtoisista työntekijöistä ja heidän rekrytoimisesta. Heidän rekrytoiminen alkoi alkukesästä 2015, jolloin me opinnäytetyöntekijät pidimme tiedotustilaisuuden. Pidimme puheenvuoron toimeksiantajamme toimitiloissa, jossa esittelimme tapahtuman ja kerroimme aktiviteeteista, jossa tarvitsisimme vapaaehtoisten työntekijöiden apua. Tämän jälkeen julkaisimme toimeksiantajamme Facebook sivulla rekrytointi-ilmoituksen. Sen avulla tavoitimme järjestykskortin omaavia järjestyksenvalvojia, jotka ilmoittautuivat vapaaehtoisiksi tapahtumaan.

Kiitoksena vapaaehtoisille työntekijöille toimeksiantajamme tarjosi ruoan tapahtumapäivänä sekä työvaatteet.

Tarvitsimme tapahtumaan eri työtehtäviin noin 50 henkilöä. Stopin koko toiminta perustuu vapaaehtoistyölle ja sen vuoksi vapaaehtoisilla oli erityisen suuri rooli tapahtumassamme. Työtehtäviä löytyi laajalti eri osa-alueilta, kuten järjestyksenvalvonta, ensiapu, keittiö, siivous, kasvomaalaus, lavan ja ruoka pisteiden purku ja kasaaminen. Vapaaehtoisten työtehtävät jaettiin heidän työtaustojensa ja kiinnostuksen kohteidensa perusteella. Esimerkiksi miehet hoitivat pääsääntöisesti purku- ja rakennustehtävät, kun ensiapu kortin omaavat henkilöt palvelivat ensiavussa. Järjestyksenvalvojilta vaadittiin järjestyksenvalvonta kortti, ja kortin omaavat henkilöt sijoitettiin näihin tehtäviin. Moni vapaaehtoisista sijoitettiin tapahtumapäivänä keittiöön ja ruokapisteille valmistamaan artisteille, vapaaehtoisille ja tapahtumaan osallistuville ruokaa.

Vapaaehtoistiimistämme löytyi myös parturi-kampaajia, jotka olivat etukäteen sopineet pitävänsä kampaamopistettä tapahtumassa. Sponsorimme Hakaniemen Soppakeittiö saapui vapaaehtoisvoimin tapahtumaan valmistamaan ja myymään lohikeittoa. Suurin osa vapaaehtoisista oli Stopin vanhoja asiakkaita, sekä päivittäin Stopin kanssa työskenteleviä ihmisiä. Työntekijöille oli tapahtumapäivänä käytössä ruokailu-, pukuhuone- ja taukotila, sekä erillinen vessa. Kaikille vapaaehtoisille oli painatettu valkoinen hihatton työpaita, jossa oli Stopin logo sekä slogan ”Poreile Streittinä”. Poikkeuksena järjestyksenvalvojilla oli keltaiset huomioliivit ja ensiaputiimillä punaiset työpaidat. Työntekijät erottuivat asiakkaiden joukosta helposti näiden työpaitojen avulla ja taukotiloihin pääsi sisälle vain nämä työpaidat päällä. Seuraavassa kuvassa (kuva 1) on yhteiskuva kaikista yli 50 vapaaehtoisesta työntekijästäamme.



Kuva 1. Tapahtuman vapaaehtoiset työntekijät

Yhteistyöjärjestöt

Yhdistyksenä pidetään ryhmää, jossa on yhteisenä tavoitteena yhden asian puolesta puhuminen. Yhdistyksellä täytyy olla lisäksi jokin aatteellinen tarkoitus, jonka puolesta se puhuu. Aatteellisella tarkoituksella tarkoitetaan erään aatesuunnan, kuten uskonnon tai ympäristöarvojen, edistämistä. Yhdistys voi myös olla hyväntekeväisyyspohjainen, kuten toimeksiantajamme Stop Huumeille ry. (Loimu 2012, 23–28.)

Toimeksiantajamme halusi tapahtumaan mukaan järjestöjä, jotka ovat aktiivisesti tehneet yhteistyötä heidän kanssaan. Käytämme näistä järjestöistä nimitystä yhteistyöjärjestöt. Tavoitteena oli saada neljästä kymmeneen yhteistyöjärjestöä osallistumaan tapahtumaan. Stoppi halusi yhteistyöjärjestöt mukaan tapahtumaan esittelemään toimintaansa ja tuomaan tapahtumalle lisäarvoa. Suunnittelimme tiimissä tapahtumassa järjestettävän yhteistyöjärjestöjen välisen logonmaalauskilpailun. Kilpailussa oli tarkoitus suunnitella ja toteuttaa 30 minuutissa yhdistyksellensä uusi logo. Kilpailun avulla saimme tapahtumaan mukaan taidetta, joka tuki osakseen Taiteiden yön nimenmukaista taiteellisuutta musiikin ohella.

Toimeksiantajamme lähetti sähköpostitse kutsun noin kymmenelle heidän kanssaan yhteistyötä tekeville järjestölle. Kutsussa esiteltiin tapahtuma lyhyesti ja ytimekkäästi, sekä kysyttiin järjestöiltä, olisiko heillä kiinnostusta osallistua tapahtumaan. Yhteistyöjärjestöt ovat toimeksiantajamme toiminnan kannalta erittäin tärkeitä, sillä yhdistystoiminta on toisiaan tukevaa, jonka vuoksi heidän näkyvyytensä tapahtumassa oli merkittävä.

Olimme yhteydessä yhteistyöjärjestöihin ennen kesälomien alkamista huhtikuussa 2015. Kesäkuun alussa tapasimme Ehkäisevän Päihdetyön yhdistyksen toimijoita ja esittelimme heille tapahtumaa tarkemmin. Vierailulla kävi ilmi, että alkuperäinen sähköpostitse lähetetty tapahtumakutsu oli heiltä hukkunut suureen sähköpostitulvaan. Kuullessaan tapahtumasta he sanoivat lähtevänsä ilomielin mukaan. Todettuamme, etteivät sähköpostit olleet menneet lävitse, näimme tarpeelliseksi olla uudelleen yhteydessä kaikkiin yhteistyöjärjestöihin. Lähetimme järjestöille uudestaan kutsut sähköisesti ja toimeksiantajamme soitti vielä heille varmistaakseen, että kutsut ovat menneet läpi.

Tästäkin huolimatta moni yhteistyöjärjestö ei vastannut kutsuihimme ja saimme muistuttaa heitä muutamaa otteeseen tapahtumasta. Tapahtumaan osallistui lopulta kuusi yhteistyöjärjestöä, jotka olivat: Suoja-Pirtti ry, Sininauhaliitto, Päihdeasiamies Marja Tervo, Omaiset Huumetyöntukena ry, Ehyt ry ja Keravan vankila. Yhteistyöjärjestöjä pyydettiin ensisijaisesti tuomaan tapahtumaan oma ständi eli messutyypinen pöytä. Järjestöille annettiin vapaat kädet suunnitella oma esittelypisteensä, mutta lupauduimme auttamaan heitä mielenkiintoisten aktiviteettien keksimisessä asiakkaille.

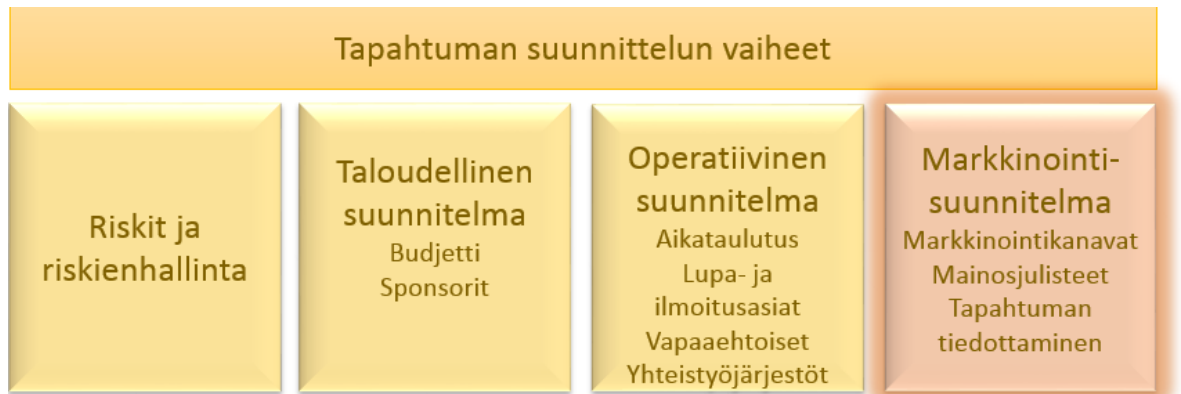
2.3.4 Markkinointisuunnitelma

Eri markkinointikanavia ovat esimerkiksi suora- ja telemarkkinointi, printtimainonta, internet, sähköposti, sosiaalinen media, perinteinen paperimedia ja radiomainonta. Yrityksen valitsema markkinointikanava pohjautuu pitkälti kohderyhmän käyttämien kanavien mukaisesti. Kun tiedetään ja osataan hyödyntää kohderyhmän käyttämiä markkinointikanavia, maksimoidaan samalla heidän mahdollisuutensa tapahtumaan osallistumisesta. (Van der Wagen 2010, 89–103.)

Tapahtuman mediamaisema voidaan jakaa kolmeen osa-alueeseen jotka ovat omistettu media, ansaittu media ja maksettu media. Omistettuun mediaan kuuluu esimerkiksi sosiaalinen media, blogit ja nettisivut, kun taas ansaittu media on niin sanottua puskaradiota ja yleisön omaa aktiivisuutta tapahtuman markkinoinnissa. Puskaradiossa puhutaan yleensä mielenkiintoisista asioista, jotka aiheuttavat keskustelua ihmisten keskuudessa. Maksettuun mediaan kuuluvat muun muassa tv, radio ja printattu media. (Capell 2013, 145–146.)

Printattu mainos on hyvä eritoten pientä tapahtumaa markkinoitaessa. Hyviä mainospaikoja ovat esimerkiksi ravintolat, kahvilat, kaupat, koulut ja kirjastot. Mainoksen tulee olla informatiivinen, mutta siinä ei saa olla liikaa tekstiä, jotta sen sanoma pysyy selkeänä.

Hyvä juliste on hauska, värikäs ja huomiota herättävä. (Van der Wagen & White 2010, 93–95.)



Markkinointikampanja jaetaan kolmeen eri osa-alueeseen: ennen tapahtumaa, tapahtuman aikana ja tapahtuman jälkeen tapahtuvaan markkinointiin. Markkinointisuunnitelmaan siirtyessä tulee varmistaa, että tapahtuma on sisällöltään kohderyhmälle soveltuva. Ennen tapahtumaa pyritään houkuttelemaan haluttu kohderyhmä tapahtumaan. Tapahtuman aikana tavoitteena on saada jo tavoitettu yleisö pysymään ja nauttimaan tapahtumasta. Jälkimarkkinoinnissa pyritään ylläpitämään jo luotuja kumppanuuksia ja saamaan ihmiset osallistumaan tapahtumaan uudelleen. (Capell 2013, 142.)

Nykypäivänä älypuhelimien ja muun teknologian lisääntynyt käyttö on tuonut paljon mahdollisuuksia markkinoinnille. Sen lisäksi se on tuonut mukanaan uudenlaisia haasteita, sillä ihmisten välinen interaktiivisuus on vähentynyt. Laajan tapahtumatulvan seassa tapahtuman tulee olla nykyään entistä ainutlaatuisempi ja erottautua kilpailijoista. Tässä tulee esille markkinoinnin suuri rooli. (Preston 2012, 111–120.)

Käytimme kolmea eri markkinointikanavaa, jotka olivat omistettu sosiaalinen media, julistemainonta ja ansaittu puskaradio. Hyödynsimme markkinoinnissa eturivin artistejamme Brandon Baueria, Karri Koiraa ja Musta Barbaaria. Sosiaalisessa mediassa olimme esillä toimeksiantajamme yhdistyksen sivuilla ja Facebookissa tapahtuman omalla sivulla (kuva 2). Tapahtumaan kutsuttiin toimeksiantajamme vanhoja asiakkaita, sekä meidän kavereitamme ja tuttuja. Toivoimme heidän jakavat Facebook sivua omalla käyttäjäisivullaan. Pyrimme julkaisemaan sivulla aluksi muutaman kerran viikossa ja aktivoituimme julkaisemaan enemmän tietoa tapahtumasta vasta viimeisillä viikoilla. Päädyimme tekemään tapahtumalle oman Facebook-sivun, sillä se mahdollistaa suuren asiakaskunnan tavoittamisen nopeasti. Sivun tarkoitus ei ollut tavoittaa toimeksiantajamme vanhoja asiakkaita, vaan nimenomaan keskittyä uuteen asiakaskuntaan.

20

Stop Huumeille ry:n synttäribileet: Poreile Streittinä - Stoppi 15v!

Julkinen · Stop Huumeille ry järjestää

Osallistun +

...

20. elokuuta 2015 klo 16:00–22:00

noin kuukausi sitten

Stop Huumeille ry

Pakkamestarinkatu 2, 00520 Helsinki

Piilota kartta

Organisaatio

★★★★★

044 5105551

info.helsinki@stophuumeille.fi

Hae reittiohjeet

Päivi, Mariela ja 28 muuta kaveria osallistuivat

308 osallistuiivat

118 ehkä

2,6 t. kutsutut

AIHEESEEN LIITTYVÄT TAPAHTUMAT

Fattaluutien atk-kurssi alkua ...

Kello Huomenna paikassa Sto...

4 osallistujaa

Liity · Ehkä

Huumeisiin kuolleiden muistot...

Kello 3. marraskuuta 2015 paik...

Johan Loikas osallistuu.

Liity · Ehkä

I love me 2015

Kello 16. lokakuuta 2015 paika...

15 kaveria osallistuu

Liity · Ehkä

I♥Valila Teurastamon joulum...

Kello 19. joulukuuta 2015 paik...

7 kaveria osallistuu

Liity · Ehkä

Taiteiden yönä Itä-Pasilassa poreillaan streittinä Stop Huumeille ry:n 15-vuotista taivalta juhlistavassa koko perheen päihteettömässä tapahtumassa.

Ulkoilmakonsertissa ilmoille kajahtaa bluesmies Ile Hilden, letkeä Karri Koiraa, upea Musta Barbaari, gangsta-räppärit HSGS/DSG, kovassa nosteessa oleva hiphop-artisti Brandon Bauer, melodinen hard rock yhtye Stud, pitkän linjan muusikko Jukka Orma sekä tiukka groove'n'roll -yhtye Marjo Leinonen Huff'n'Puff. Matkassa mukana tietysti myös Stopin oma bändi Ex-Pistols!

Lapsille ja lapsenmielisille on tarjolla kasvomaalausta, kampauksia, pomppulinna, rodeohärkä, voimaleka sekä hauskaa sirkustelua ja karnevaalitunnelmaa.

Samalla on mahdollisuus tutustua Stopin ja y... Näytä lisää

Kuva 2. Tapahtuman Facebook-sivu

Tapahtumasivulla pystyimme jakamaan esimerkiksi kuvia, videoita ja mainostamaan arvontoja. Hyödynsimme sosiaalista mediaa ostamalla Facebookista mainostilaa. Suunnitelimme yhdessä toimeksiantajamme kanssa neljä erilaista kohdennettua mainosta, joissa hyödynsimme muun muassa eturivin artisteja Karri Koiraa ja Mustaa Barbaaria. Yksi toimeksiantajamme tekemistä mainoksista on nähtävillä alla (kuva 3).

Kuva 3. Kohdennettu Facebook-mainos

24

Saimme itse valita, kuinka laajalle alueelle mainos näkyisi. Määrittelimme rajaksi 50 kilometriä tapahtuma-alueesta, sillä ajattelimme, että ihmiset sen kauempaa eivät matkustaisi tapahtumaan. Tämän lisäksi valitsimme toivotun asiakkaan iän, sukupuolen ja kiinnostuksen kohteet. Näiden määritelmien perusteella mainokset näkyivät valitsemallemme asiakaskunnalle. Maksettu mainonta toi konkreettista tulosta, sillä kampanjan alkamisen jälkeen tapahtumasivulle ilmoittautui muutamassa päivässä 100 uutta osallistujaa. Järjestimme Facebookissa vielä arvonnän, jonka tarkoituksena oli saada enemmän näkyvyyttä tapahtumalle. Arvonnassa ihmisten piti kutsua 10 kaveriaan tapahtumaan sekä jakaa tapahtuman Facebook sivu. Palkintona oli 50 euron lahjakortti tai lymfahoito sponsorimme Karhupuiston Plastiikkakirurgian liikkeeseen. Arvonta suoritettiin tapahtumapäivänä.

Osallistuimme Helsingin Energian ja Basso-radion järjestämään kilpailuun, jossa meillä oli mahdollisuus voittaa 3000 euroa käyttörahaa tapahtumalle. Kilpailussa eniten sosiaalisessa mediassa huomiota herättäneet ja tykkäyksiä keränneet positiiviset 10 tapahtumaa voittivat rahapotin. Saimme yhteensä 2434 tykkäystä kilpailussa, joka sijoitti meidät tykkäysten mukaan 13. parhaaksi satojen joukosta. Stopin 15-vuotissyntymäpäivä tapahtuman esittely kilpailun internetsivulla löytyy liitteistä (liite 5). Emme valitettavasti voittaneet stipendiä tykkäysmääränkään puitteissa, mutta saimme loistavaa ilmaismainontaa sosiaalisessa mediassa.

Toinen käyttämämme markkinointikanava oli julistemainonta. Hyödynsimme Stopin jo valmiiksi hyvää mainosjulistetta, sillä se oli osoittautunut hyvin toimivaksi ja huomiota herättäväksi 10-vuotis syntymäpäivien markkinoinnissa. Tapahtuman mainosjuliste löytyy liitteistä (liite 6). Julisteet jaoimme mielestämme parhaiten kohderyhmän tavoittamiin paikkoihin, jotka olivat muun muassa: lähialueen kirjastot, ydinkeskustan ravintola Raffaello, Sandro Kallio, Oiva Kallio, Kallion lukio, Vallilan S-market, Helsingin Jalkapallopubi ja Walkers kahvila Kampissa.

Kolmas hyödyntämämme markkinointikanava oli suusta suuhun mainostaminen, eli niin sanottu puskaradio. Tämä markkinointikanava toimi Stopin kohdalla sen takia että heidän asiakkaillaan on vahva tukiverkosto ja he ovat paljon kontaktissa toistensa kanssa. Stopissa järjestettävät tapahtumat tuovat vanhan asiakaskunnan yhteen, ja tämän vuoksi ne ovat suosittuja kohtaamispaikkoja. Toimeksiantajamme tiloissa vierailee päivittäin paljon ihmisiä, jolloin tieto tapahtumasta leviää puskaradion ansiosta helposti. Puskaradio oli tärkeässä roolissa tapahtuman toissijaisen kohderyhmän, eli jo olemassa olevien asiakkaiden tavoittamisessa. Monet heistä eivät tiedetysti omista tietokonetta ja näin ollen eivät välttämättä ole tavoitettavissa sosiaalisessa mediassa.

Näiden markkinointikanavien lisäksi olimme eri radiokanaviin yhteydessä, sillä toimeksiantajamme toivoi live-lähetystä suoraan tapahtumapaikalta. Kyseisiä radioita olivat Basso, NRJ sekä Loop. Emme saaneet live-lähetystä tapahtumasta, mutta radiokanava NRJ lähti mukaan yhteistyöhön tekemällä tapahtumaan soittolistan, joka soi tapahtumassa artistien esiintymisten välissä. Kokonaisuudessaan markkinointi tavoitti toimeksiantajamme karkeasti laskemana 20 prosenttia tapahtumaan saapuneista asiakkaista.

Tiedottaminen

Van der Wagenin & Whiten (2010, 98) mukaan mediatiedote käsittelee ajankohtaista, mielenkiintoista ja kiinnostavaa asiaa ja sen tarkoituksena on viestiä medialle tärkeästä uutisaiheesta. Mediatiedote on hyvä tehdä, sillä se edesauttaa mediahuomion saamista, joka puolestaan lisää ihmisten mielenkiintoa tapahtumaa kohtaan. Tämän avulla tapahtuma voi saada ilmaista ja näkyvää markkinointia. Tiedote laaditaan itse, jonka jälkeen se lähetetään eri medioille. Tiedotteen ollessa mielenkiintoinen ja läpäistessä uutisseulan, syntyy siitä uutinen. (Capell 2013, 152–155.)

Toimeksiantajamme tiedotti tapahtumasta yhdistyksen Facebook-sivuilla ja ulkoisen mainonnan avulla. Helsingin Kaupungin ympäristönsuojelupäällikkö informoi meitä sähköisesti, että lähialueen asukkaita täytyy sadan metrin säteellä tapahtumapaikasta informoida tapahtumasta. Tiedotteesta piti käydä ilmi tapahtuman ajankohta sekä tiedot toimeksiantajastamme tapahtuman järjestäjänä. Vapaaehtoiset työntekijät jakoivat lähialueen asukkaille porraskäytäviin ilmoituksen musiikkitapahtumasta alueella 20.8.15 (liite 7). Muutama tapahtumaan saapunut asiakas kertoi saaneensa tiedon tapahtumasta rappuun jaetun ilmoituksen avulla. Tapahtumasta tehtiin mediatiedotteet jotka löytyvät liitteistä (liite 8). Uskoimme tunnettujen esiintyjien osaltansa lisäävän median huomiota tapahtumaa kohtaan. Yhdistyksenä Stop Huumeille ry on mielenkiintoinen, sillä he tekevät hyvää ja auttavat ihmisiä kohti parempaa elämää. Tällä kertaa Stoppi ja Stopin 15-vuotissyntymäpäivät eivät saaneet toivomaamme mediahuomiota. Uskomme, että tähän vaikutti kiireinen kesäkausi, jolloin pääkaupunkiseudulla järjestetään paljon tapahtumia. Jos tapahtumamme olisi järjestetty esimerkiksi talvella, olisi se voinut mahdollisesti saada enemmän mediahuomiota.

3 Tapahtuman toteutus

Tapahtuman toteutuksen osuus koko tapahtumaprosessista on 10 prosenttia ja tämä muodostuu rakennusvaiheesta, itse tapahtumasta ja purkuvaiheesta. Rakennusvaihe vie monesti paljon aikaa tapahtuman toteutuksesta, sillä silloin kulissit pystytetään ja kaikki yksityiskohdat huomioidaan. Itse tapahtuma on ohi varsin nopeasti suunnitteluun käytetyn ajan huomioon ottaen. Purkuvaiheessa tapahtuma-alueelta puretaan kaikki sinne tuodut ylimääräiset tavarat ja somisteet. (Vallo & Häyrinen 2014, 161-185.)

Kaikenkokoinen hyväntekeväisyys tarjoaa sekä yrityksille että yksityisille kuluttajille erilaisen näkökulman tapahtumien toteuttamisesta. Monet yritykset ja tapahtumanjärjestäjät lahjoittavatkin tapahtumastaan saadut tuotot hyväntekeväisyyskohteisiin (Vallo & Häyrinen 2014, 259.) Asiaa voidaan tarkastella meidän tapahtumamme näkökulmasta, jolloin itse tapahtuma on järjestetty paljolti vapaaehtoistöntekijöiden voimalla sekä sponsoreiden avustamana.

Mainittakoon tässä vaiheessa lyhyesti tapahtuman viimehetken valmisteluista, ennen tapahtumapäivän esittelyyn siirtymistä. Aloitimme tapahtuman valmistelut viikkoa ennen tapahtumapäivää. Viimeinen viikko ennen tapahtumaa sujui käytännössä sponsorituotteiden hauissa sekä puuttuvien tuotteiden ostamisessa. Meiltä puuttui esimerkiksi logon maalauskilpailuun tarvittavat lastulevyt, vaikka olimme saaneet spraymaalit ja pohjamaalit sponsorointina. Ostetut lastulevyt maalattiin ja kuivatettiin ennen tapahtumapäivää. Valmistelimme päivää ennen tapahtumaa esimerkiksi makaronilaatikkoo, mokkapaloja ja täytettyjä voileipiä.

Saimme kuulla tapahtumaa edeltävänä päivänä, että kuukausia sitten tilattua esiintymislavaa ei pystytetty kuljettamaan ison kokonsa vuoksi kokonaisena tapahtuma-alueelle. Tämä oli suhteellisen iso shokki kaikille ja riski, mitä emme olleet osanneet huomioida missään vaiheessa. Lavaa ei pystytty tuomaan kokonaisena tapahtuma-alueelle sen vuoksi, että Itä-Pasila on täynnä ratikkakiskoja, joiden ajolangat ovat niin matalalla (5,5 metriä), että lava olisi jäänyt niihin kiinni. Tuntien selvittelyn jälkeen toimeksiantajamme sai sovittua, että lava tuodaan tapahtuma-alueelle osissa ja sen kokoaminen aloitetaan tapahtumapäivänä kello 8.



Tapahtumapäivä 20.8.2015

Tapahtumaan oli ilmoittautunut etukäteen kuusi yhteistyöjärjestöä ja heidän edustajiaan. Tavoitteenamme oli saada paikalle neljästä kymmeneen yhteistyöjärjestöä. Heille oli annettu viimeinen ilmoittautumispäivä, jonka mukaan olimme varanneet logonmaalauskipailua varten tarvittavat spraymaalit, pohjamaalit sekä lastulevyt. Tämän lisäksi yhdeksän artistia oli varmistanut esiintyvänsä ulkoilmakonsertissa. Tapahtumapäivän aamuna 308 ihmistä oli ilmoittanut Facebookissa osallistuvansa tapahtumaan. Tavoitteenamme oli saada 500 osallistujaa koko päivän aikana.

Tapahtuma-alueen vuokra-aika alkoi tapahtumapäivänä 20.8.15 aamulla ja päättyi samana päivänä kello 00.00. Meidän piti kuitenkin jo hiljentyä klo 22.00 mennessä ympäristönsuojelulaki 27.6.2014/527 puitteissa. Näin ollen olimme päättäneet yhteisymmärryksessä Stopin kanssa tapahtuman alkavan kello 16.00 ja päättyvän kello 22.00. Artistien esiintymisajat oli tauotettu etukäteen ja pääartistimme esiintyivät tunti tapahtuman alkamisen jälkeen. Tapahtuma oli täysin päihteetön, ikärajaton, esteetön ja kaikille avoin.

3.1.1 Tapahtumapäivän kulku

Tapahtumapäivä eteni rakennusvaiheesta itse tapahtumaan noin kahdeksassa tunnissa. Tämän jälkeen itse tapahtuma kesti kuusi tuntia ja purkuvaihe noin tunnin. Käytännössä tapahtuman toteutus ja tapahtumapäivä olivat ohi noin 15 tunnin työn jälkeen. Toimeksiantajamme aloitti tapahtumapäivän kahdeksalta aamulla, kun esiintymislava tuotiin tapahtuma-alueelle. Tapahtumaa varten ostettu sähkö saatiin paikalle yhdeksältä aamulla. Lisäksi käymälät tuotiin paikoilleen jo aamusta. Stopin oma henkilökunta saapui auttamaan työtehtävissä kymmenen ja kahdentoista välillä. Toimeksiantajamme pyysi meitä saapumaan tapahtuma-alueelle puoliltapäivin.

Meidän osaltamme tapahtumapäivän aamu alkoi kahdeltatoista ruoan valmistuksen merkeissä. Edellisenä päivänä esivalmistetut makaronilaatikat kypsennettiin, lämmitettiin ja laitettiin esille. Mokkapalat kuorutettiin ja koristeltiin ja aseteltiin tarjolle. Jätimme kaikki kasvien käsittelyt viimeiselle päivälle, jotta ne olisivat mahdollisimman tuoreita esillepanovaiheessa. Vapaaehtoisten ja artistien ruoat valmistettiin tarjolle ensin. Sen jälkeen tapahtumaa varten tehdyt munkit paistettiin ja myytiin tuoreena asiakkaille. Hakaniemen hallin soppakeittiön henkilökunta aloitti lohikeiton valmistuksen 13.30.

Tapahtumaa varten suunniteltujen ilmapallojen täyttäminen aloitettiin noin 13.00. Telttojen kasaaminen aloitettiin kahdeltatoista, jolloin varmistettiin lisäksi äänentoiston toimivuus. Coinline Oy toi pomppulinjat ja hoiti sopimuksen mukaisesti niiden kuljetuksen ja kasaamisen. Yhteistyökumppaneiden esittelypisteet rakennettiin 14.00–15.30 välisenä aikana.

Tässä välissä toimeksiantajamme kerkesi vaihtamaan muutaman sanan heidän kanssaan, vastaanottamaan heiltä saadut lahjat, sekä kiittämään lyhyesti heitä heidän osallistumisestaan tapahtumaan.

Vapaaehtoiset saapuivat klo 15 pidettävään infotilaisuuteen, jossa heidän jaettiin omiin työpisteisiinsä. Suunnittelimme tauottavamme vapaaehtoisia tapahtumassa tunti/tunti periaatteella. Toteutimme tämän niin että esimerkiksi ensimmäinen työvuoro alkoi klo 16 ja päättyi klo 17, jonka jälkeen vapaaehtoisilla oli tunti omaa aikaa vietettävänä. Sen jälkeen he palasivat työpisteillensä klo 18. Jokaisella pisteellä oli vastuuhenkilö, joka vastasi pisteen toimivuudesta ja vapaaehtoisten tauottamisesta.

Tapahtuma alkoi kello 16 toimeksiantajamme juonnolla ja tervetulotoivotuksella (kuva 5). Stopin toimitusjohtaja juonsi koko tapahtuman yhdessä Stopin hallintojohtajan kanssa. Juonnot olivat etukäteen kirjoitetut, suunnitellut ja ajoitetut, jotta itse tapahtumapäivä sujuisi helpommin. Kaikki artistit esiteltiin ja kutsuttiin lavalle sankoin aplodein.



Kuva 5. Tapahtuman aloituspuhe (Korkeaneva 2015)

Ulkoilmakonsertti alkoi klo 16 bluesmies Ile Hildenin johdolla ja päättyi Stopin oman bändin Ex-Pistolsin soittoon klo 21. Artistien esiintymisajat vaihtelivat puolesta tunnista yhteen tuntiin. Toimeksiantajamme vastasi esiintyjistä ja heidän aikataulutuksestaan. Seuraavalla sivulla on nähtävillä luettelo artistien esiintymisajoista.

Artistien esiintymisaikataulu

16:00	Ile Hilden
16:30	Ex-Pistols
17:00	Karri koira & Musta Barbaari
17:30	HSGS/ D.S.G
18:00	Jukka Orma
19:00	Marjo Leinonen Huff'N'Puff
20:00	Brandon Bauer
20:30	Stud
21:00	Ex-Pistols

Karri Koira ja Musta Barbaari esiintyivät yhdessä tunti tapahtuman alkamisen jälkeen. Radiokanava NRJ:n tapahtumaa varten tehty soittolista soi artistien esiintymisten välissä ja illalla konsertin päättymisen jälkeen. Tekniikkariskien minimoimiksesi tapahtumassa oli tekniikasta ja äänentoistosta vastaavat henkilöt. Toimeksiantajamme tiedotti artisteja ja esiintyjiä siitä kenen puoleen he voivat kääntyä mahdollisissa ongelmatilanteissa.

Artistien lisäksi alueelta löytyi pomppulinnat, rodeohärkä, voimaleka sekä kasvomaalaus ja kampaamopiste. Linnanmäen sirkuskoulu esiintyi tapahtuma-alueella 17.00–18.30 välisenä aikana, opettaen samalla lapsille sirkustemppeja. Taitohahmot, eli puukepeillä kävelijät jakoivat tapahtumassa lapsille sponsoreilta saatuja karkkeja ja välipalapatukoita. Ruokapisteet olivat avoinna koko tapahtuman ajan. Pientä korvausta vastaan tapahtumasta pystyi ostamaan makkaraa, lettuja, munkkeja ja lämmintä lohikeittoa. Tämän ohessa yhteistyöjärjestöt esittelivät toimintaansa, sekä suunnittelivat ja maalasivat yhdistyksellensä uuden logon graffitimaalauskilpailussa. Voimalekassa järjestettiin pienimuotoinen kilpailu, jossa korkeimmalle lyönyt kilpailija sai palkinnoksi Stopin t-paidan.

Tapahtumaan oli tilattu ja painatettu lapsille ja lapsenmielisille punaisia ”Poreile Streittinä” logolla varustettuja ilmapalloja. Vapaaehtoiset työntekijät jakoivat näitä palloja tapahtumassa. Toimeksiantajamme sai hyvää mainontaa, kun lapsiperheet lähtivät kotia kohti logolla varustettujen ilmapallojen kanssa. Tapahtuma-alueella valokuvasi lisäksi kolme vapaaehtoista valokuvaajaa, joiden kanssa teimme erikseen sopimuksen valokuvien käytöstä (liite 9). Valokuvia on hyödynnetty esimerkiksi tässä opinnäytetyössä.

Seuraavassa kuvassa on nähtävillä tapahtuma-alue (kuva 6). Onneksemme tapahtumassa paistoi aurinko kirkkaalta taivaalta koko päivän, eikä sateesta ollut tietoa. Esiintymislaiva sijaitsi vasemmalla kuvan ulkopuolella, ja se oli suunnattu tarkoituksellisesti pois päin

asutuksesta. Suuntaamalla lavan poispäin asutuksesta pyrimme minimoimaan mahdolliset meluhaitat lähi-alueen asukkaille. Käymälät näkyvät nurmikentän vasemmalla laidalla tien vieressä. Kuvan oikealla puolella puiden takana sijaitsivat ruokakojut, kampaamo ja kasvomaalauspaikka. Yhteistyöjärjestöjen esittelypöydät olivat lasten pomppulinnojen oikealla puolella. Esittelypöydät oli sijoitettu tarkoituksellisesti hieman kauemmas esiintymislavasta, jotta asiakkaat pystyisivät halutessaan keskustelemaan rauhassa järjestöjen edustajien kanssa.



Kuva 6. Tapahtuma-alue Stopin tiloista kuvattuna (Korkeaneva 2015)

Tapahtuma järjestettiin Taiteiden yönä ja näin se toi mukanaan positiivisen yllätyksen tapahtumapäivään. Tänä vuonna älypuhelimien omaavat ihmiset pystyivät mobiilissa ilmaisen sovelluksen kautta selaamaan Taiteiden yön tapahtumatietoja, aikatauluja ja reittiehdotuksia. Myös Stopin 15-vuotis syntymäpäivätapahtuma näkyi kyseisessä sovelluksessa. Sovellus heijastettiin puhelimen lisäksi Helsingin ydinkeskustaan digitaalisille näytöille. Sieltä kävijät näkivät missä päin Taiteiden yötä oli vilkkainta. (Helsingin juhlaviikot 2015.) Tapahtumaan osallistunut asiakas näytti meille mobiiliapplikaatiosta kartan, jossa oli nähtävillä selkeästi, miten valtava sininen ympyrä kuvasi keskittynyttä ihmismassaa nurmikentällä, Pakkamestarinkatu 2: ssa, Stopin 15-vuotis syntymäpäiväkonsertissa. Emme pystyneet mittaamaan, kuinka moni asiakkaista löysi tapahtuman kyseisen applikaation avulla, mutta oli positiivista huomata, että tapahtuma-alue näkyi satelliitin kautta. Me opinnäytetyönkirjoittajat saimme tästä lisäenergiaa tapahtumapäivään.

Toimeksiantajamme valitsema raati arvosteli yhteistyöjärjestöjen välisen graffitinmaalauuskilpailun teokset illalla kello 20.00 ja valitsi niistä voittajan. Kilpailu oli leikkimielisesti järjestetty ja sen tarkoituksena oli suunnitella yritykselle uusi logo 30 minuutissa. Terapiatehdas voitti kilpailun hienolla taidonnäytteellään. Kuvassa (kuva 7) seitsemän on esitelty teokset.



Kuva 7. Yhteistyöjärjestöjen välisen graffitinmaalauuskilpailun teokset (Silmujärvi 2015)

Artistit lopettivat soittamisen 21.30, jonka jälkeen aloitimme pikkuhiljaa tapahtuma-alueen siivoamisen ja tavaroiden kasaan laittamisen. Huomasimme, että moni asiakkaista oli jo tässä vaiheessa iltaa poistunut tapahtumasta. Varsinainen purkuvaihe sujui huomattavasti nopeammin kuin rakennusvaihe. Kello 22 noudettiin pomppulinnat sekä voimaleka ja 23 sähkötkätkäistiin ja sähkölaatikko vietiin pois tapahtuma-alueelta. Nurmikentältä oli kerätty roskaa koko tapahtuman ajan, mikä helpotti huomattavasti loppusiivouksen tekemistä. Ympäristöriskit, meidän tapauksessamme nurmikentän vahingoittumisen, pyrimme estämään siivoamalla tapahtuma-alueella tapahtumapäivän ajan. Käymälät haettiin pois tapahtuman jälkeen ja tapahtuma-alueelle jäi enää jäljelle somistusten purkaminen ja katosten kasaaminen. Osa vapaaehtoisista oli jo kotiutunut tapahtuman jälkeen, mutta me muut halailimme ja kiitimme toisiamme onnistuneesta tapahtumasta ja työpäivästä. Tunnelma työporukan sisällä oli todella hyvä, sillä olimme saaneet jo asiakkailta hyvää palautetta ja tunsimme onnistuneemme tapahtuman järjestämisessä.

3.1.2 Toteutuneet kulut

Hyödynsimme Vallo & Häyrisen (2014, 152) tapahtuman arvioitujen kulujen ja tuottojen kaaviota toteutuneiden kulujen havainnollistamisen helpottamiseksi. Teimme heidän kaaviotaan mukaillen Stopin 15-vuotissyntymäpäivistä toteutuneiden kulujen taulukon. Kyseinen taulukko käsittelee vain yhteenvedon kuluista, sillä Stop Huumeille ry:n budjetointi tehdään neljännesvuosittain, ja näin ollen emme valitettavasti ehtineet saamaan toteutuneiden kulujen laskelmia opinnäytetyöhömmme. Pystyimme silti arvioimaan osaa toteutuneista kuluista laskujen avulla, kuten alapuolella esitellystä taulukosta (taulukko 1) käy ilmi.

Taulukko 1: Tapahtuman toteutuneiden kulujen yhteenvedo

Tapahtuman toteutuneet kulut ja tuotot

Kulubudjetti		Tulobudjetti
		Myyntituotot
Tilavuokra	25 €	
Lupa-asiat	81 €	
Markkinointi	119 €	
Lavavuokra	2 900 €	
Aktiviteetit	1 050 €	
Materiaalit	1 000 €	
Sähkö & Vesihuolto	1 191 €	
Somistus	811 €	
	<i>yht. kulut</i>	<i>yht. tuotot ?</i>

Säästimme huomattavasti tilavuokrassa, sillä maksoimme nurmikentän käytöstä ainoastaan maanomistajan luvan 25€ Helsingin Kaupungille. Tapahtuman markkinointi pysyi kohtuullisissa summissa: Facebook markkinointi 82€ ja printattu ulkomainonta, eli mainosjulisteet 37€. Suurimmat menoerät tapahtumassa olivat lavavuokra, lasten aktiviteetit eli pomppulinnat ja voimaleka, sähkö, vesihuolto, somistus, tapahtuman valmistelemiseen ostetut materiaalit sekä raaka-aineet. Saimme mielestämme ensikertalaisiksi todella hyvät tarjoukset eri yrityksiltä. Muutama yritys pyysi meiltä luottamuksellisuutta tarjousten sisältöön liittyen, jonka vuoksi olemme pääosin jättäneet yritykset mainitsematta työssämme.

Tapahtuman myyntituotot tulivat lettujen, makkaran ja lohisopan myynnistä. Valitettavaa on, että meillä ei ole tarvittavia tietoja tapahtuman arvioitujen ja toteutuneiden kulujen ja tuottojen vertailuun. Tiedämme sen verran, että tapahtuma oli toimeksiantajamme edellisiin tapahtumiin verraten huomattavasti kalliimpi kuin ennen. Aikaisemmissa tilaisuuksissa he ovat pystyneet hyödyntämään esimerkiksi omia äänentoistovälineitään, mutta nyt turvauduimme ulkopuolisten apuun.

3.1.3 Jälkimarkkinointi

Vallo & Häyrisen (2014, 161) mukaan tapahtuman jälkimarkkinointivaihe on 15 prosenttia koko tapahtumaprosessista ja se koostuu seuraavista osa-alueista: materiaalien toimitus, palautteiden kerääminen ja työstäminen, sekä yhteydenottopyyntöjen hoitaminen ja tapahtuman yhteenveto. Palaute kerätään sekä organisaation sisältä, että tapahtumaan osallistuneilta. Saadun palautteen perusteella tapahtumanjärjestäjä kokoaa tapahtumasta yhteenvedon, analysoi sen ja näin maksimoi mahdollisista virheistään oppimisen. Palautteen kerääminen ja työstäminen edesauttavat tapahtumaprosessista oppimista. Ilman kyseistä vaihetta tapahtumanjärjestäjä ei saisi tietää täyttyivätkö osallistujien odotukset tapahtuman suhteen. Nykyisin palaute voidaan kerätä helposti muutama päivä tapahtuman jälkeen, joko sähköpostitse tai internetissä. Tapahtuman yhteenvedossa arvioidaan tapahtuman tavoitteiden toteutumista ja pohditaan jatkotoimenpiteitä tulevaisuuden tapahtumia ajatellen. Palaveri kannattaa järjestää varsin pian itse tapahtuman jälkeen, jolloin tieto on vielä hyvässä muistissa. (Vallo & Häyrisen 2014, 185–194.)



Jälkitoimenpiteet

Vapaaehtoisille, esiintyjille ja yhteistyöjärjestöille lähetettiin toimeksiantajamme toimesta kiitokset tapahtumaan osallistumisesta. Me puolestamme kiitimme erikseen sähköpostitse tapahtuman sponsoreita ja kerroimme heille tapahtuman tärkeimmät yksityiskohdat. Kiitosviesti sponsoreille löytyy liitteistä (liite 10).

Olimme henkilökohtaisesti yhteydessä Facebook-arvonnän voittajiin. Pidimme tapahtuman jälkeisen yhteenvetopalaverin aikataulullisten ongelmien vuoksi vasta kaksi kuukautta tapahtuman jälkeen. Palaveri olisi kannattanut pitää aikaisemmin, jolloin tapahtuman purkaminen ja asioiden käsitteleminen olisi ollut sujuvampaa ja helpompaa sekä toimeksiantajallemme että meille itsellemme.

Me keräsimme asiakkailta palautetta tapahtumapäivänä palautekyselyn avulla. Päädyimme tähän ratkaisuun, sillä opinnäytetyömme ei ole tutkimuspohjainen ja palautekyselyn tarkoituksena on tuoda lisäarvoa työllemme, ei viedä painoarvoa itse tuotoksesta eli tapahtumasta. Seuraavassa pääluvussa käsittelemme laajemmin asiakkailta, vapaaehtoisilta, yhteistyökumppaneilta ja toimeksiantajaltamme tapahtumasta saatua palautetta.

4 Tutkimuksen kuvaus ja toteutus

Tapahtumasta on aina hyvä kerätä palautetta, jotta tiedetään, mikä on ollut onnistunutta ja mikä on mennyt mahdollisesti pieleen. Palautteesta voidaan saada hyviä kehitysehdotuksia, joita pystytään mahdollisesti hyödyntämään vastaavanlaisten tapahtumien järjestämisessä tulevaisuudessa. Palautetta voidaan kerätä itse tapahtumassa tai vasta sen jälkeen lähettämällä asiakkaille sähköpostia. Kysely kannattaa suunnitella niin, että vastauksista saa mahdollisimman kattavan kuvan vastanneiden mielipiteistä ja kehitysehdotuksista. (Vallo & Häyrinen 2012, 184–186.) Palautteen kerääminen ei saisi rajoittua vain asiakailta kysyttävään palautteeseen, vaan se pitäisi kerätä myös järjestäviltä organisaatioilta ja yhteistyökumppaneilta. Näin palautteeseen saadaan mahdollisimman laaja näkökulma eri tahojen mielipiteiden avulla. (Shone & Parry 2013, 312.)

4.1 Aineistokeruumenetelmät

Erilaisia palautteen keräämisen metodeja ovat kysely, haastattelu, havainnointi ja dokumenttien käyttö. Kysely kerätään pieneltä osalta perusjoukosta ja näin he muodostavat näytteen halutusta kohderyhmästä. Kyselyn etuja ovat sen helppous ja nopeus, sillä vastauksien analysointi on suhteellisen nopeaa tietokoneen avulla. Tämän aineistokeruumenetelmän heikkous on myös sen nopeus, sillä yleensä kysely pystyy antamaan vastauksen vain pintaraapaisuna halutusta. Kyselyn kysymykset voidaan jaotella avoimiin kysymyksiin ja monivalintakysymyksiin. Avoimessa kysymyksessä vastaaja pystyy vapaamuotoisesti kertomaan mielipiteensä kysytystä aiheesta. Monivalintakysymyksissä vastausvaihtoehdot on puolestaan annettu valmiiksi, ja vastauksessa on väittämiä, johon usein vastataan annetun asteikon mukaisesti. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 191–200.)

Haastattelu on siitä hyvä tiedonkeruumenetelmä, että siinä palaute ja vastaukset saadaan suoraan ja henkilökohtaisesti haastateltavalta. Haastattelussa kysymyksiä ja niiden kysymysjärjestystä voidaan muokata vastaajan mukaan. Vastaajalle annetaan vapaus vastata kysyttyihin kysymyksiin haluamallaan tavalla. Haastateltavan ilmeistä ja eleistä voidaan saada lisäarvoa vastaukselle. Positiivista on, että haastateltavalta voidaan pyytää lisäkysymyksiä tai tarkennuksia, mikäli joku asia on jäänyt epäselväksi haastattelutilanteessa. Haastattelu vie usein enemmän aikaa sekä haastateltavalta, että haastattelijalta kuin esimerkiksi kysely, mutta huolellisesti suunniteltuna se antaa molemmille osapuolille enemmän. Erilaisia haastattelu-tyyppejä on strukturoitu haastattelu ja teemahaastattelut. Strukturoidussa haastattelussa kysymykset ovat jo valmiina ja kaikille haastateltaville esitetään samat kysymykset samassa järjestyksessä kuin kyselyssä. Teemahaastattelu on lomak-

keen ja avoimen kysymyksen välimuoto, jossa kysymyksillä ei ole valmiiksi määriteltyä järjestystä. Haastattelut voidaan toteuttaa yksilö-, pari- ja ryhmähaastatteluna. (Hirsjärvi ym. 2009, 204–210.)

Havainnointi on hyvä aineistonkeruumenetelmä, sillä sen avulla nähdään todellisuudessa ihmisten käyttäytyminen ja heidän tyytyväisyytensä tai tyytymättömyytensä haluttuun asiaan. Havainnointi toimii tiedonvälittäjänä esimerkiksi lasten käyttäytymisessä, sillä he usein näyttävät tunteensa avoimesti esimerkiksi tavaroiden heittämisessä. Havainnointimenetelmän negatiivinen puoli on, että havainnoija saattaa suhtautua emotionaalisesti tutkittavaan ryhmään tai tilanteeseen. Tämän vuoksi ei voida välttämättä saada totuudenmukaista tulosta. Erilaisia havainnoinnin muotoja ovat systemaattinen havainnointi eli tutkimushuoneessa tai laboratoriossa tehty havainnointi, ja osallistuva havainnointi, jossa tutkija on mukana tutkittavien toiminnassa. (Hirsjärvi ym. 2009, 212–217.)

4.2 Tutkimustulokset

Käytimme aineistokeruumenetelmänä strukturoitua haastattelua, joka on toteutettu tapahtumapäivänä 20.8.2015 tekemämme palautekyselyn pohjalta. Palautekyselynpohjalta tehdyssä tutkimuksessa haastateltiin 13 tapahtumaan osallistunutta asiakasta. Haastateltavista yksi oli yhteistyöjärjestön edustaja ja loput 12 olivat tapahtumassa vierailevia asiakkaita. Haastateltavat on valittu satunnaisesti tapahtuman osallistuneiden joukosta. Heidän joukostaan löytyy miehiä ja naisia ja haastattelut on tehty täysin nimettömänä. Haastattelu mahdollisti henkilökohtaisemman ja tarkemman tiedon saannin asiakkailta, kuin mitä esimerkiksi sähköpostitse lähetetty kysely olisi mielestämme mahdollistanut. Kyselylomake on nähtävillä liitteissä (liite 11).

Päädyimme haastattelemaan melko pientä määrää osallistujista, jotta työn rajaaminen olisi helpompaa ja pystyisimme keskittymään onnistuneen tapahtuman järjestämiseen. Haastatteluiden tarkoituksena oli tuoda lisäarvoa opinnäytetyöllemme sekä tutkimustulosten kautta tuoda esille kehitysehdotuksia, jotta vastaavanlaisten tapahtumien järjestäminen tulevaisuudessa helpottuisi. Tutkimustulokset antavat meille näkökulmaa siihen, toteutuiko päätavoitteemme järjestää onnistunut tapahtuma. Tapahtuman onnistumisen mittarina pidämme asiakkailta ja toimeksiantajaltamme saatua palautetta. Onnistuminen ei ole sidoksissa yhteen tiettyyn tapahtuman osa-alueeseen, vaan koko tapahtumaan kokonaisvaltaisesti.

Kysely koostui monivalintakysymyksistä, avoimista kysymyksistä, sekä asteikoista, joissa vastaajan piti määritellä, onko esitetyn väitteen kanssa samaa vai eri mieltä. Kyselyssä oli

monivalintakysymyksen ja avoimen kysymyksen välimuotoja, jossa vastaajalle annettiin avoin vastausvaihtoehto, mikäli valmiit vastausvaihtoehdot eivät toteutuneet hänen kohdalla. Kyselyn alussa vastaajalta kysyttiin perustietoina heidän ikäänsä ja sukupuolta. Olimme jaotelleet ikäryhmät viiteen eri ikäluokkaan: alle 20, 20–34, 35–49, 50–64 ja yli 65 -vuotiaat. Vastaajista neljä oli miehiä ja yhdeksän naisia. Yhdeksän vastaajista oli iältään 20-34 vuotiaita, kolme kuului ikäluokkaan 35-49 vuotiaat ja yksi vastaajista 50-64 ikäryhmään.

Kolmanneksi kysyimme vastaajilta, mistä he olivat saaneet tietoa tapahtumasta. Kysymykseen oli neljä eri vastausvaihtoehtoa, jotka olivat Internet, ulkomainonta, toimeksiantajamme toimisto tai kaverin/tutun kautta. Neljä vastaajista sai tiedon tapahtumasta toimiston kautta ja neljä kaverin/tutun kautta. Kolme ihmistä sai tiedon tapahtumasta Internetin välityksellä. Ulkomainonta tavoitti kaksi henkilöä vastaajista.

Palautekyselyn neljännessä kohdassa kysyimme avoimella vastauksella vastaajien odotuksia tapahtumasta. Kahta ihmistä lukuun ottamatta kaikki vastaajat vastasivat avoimeen kysymykseen. Yhdellä vastaajista oli suuret odotukset tapahtumasta, sillä hän oli nähnyt tapahtumasivun aktiivisuuden Facebookissa. Toinen vastaajista odotti, että tapahtuma olisi ollut pienempi, kuin mitä se todellisuudessa oli. Henkilö, joka oli paikalla yhteistyöjärjestön puolesta, odotti tapahtumalta hyvää tilaisuutta verkostoitua asiakkaiden kanssa ja tutustua muihin yhteistyöjärjestöihin. Loput avoimeen kysymykseen vastanneista, eli viisi henkilöä, odottivat tapahtuman aktiviteeteilta paljon. Huomasimme vasta haastatteluvaiheessa, että monella vastaajista ei ollut tapahtumaan saapuessa odotuksia, tai he eivät enää osanneet vastata siihen, mitkä odotukset olivat aikaisemmin olleet. Vastaajien odotuksia olisi voitu kysyä heidän saapuessaan tapahtuma-alueelle, ja vastavuoroisesti heidän lähtiessään, olisi voitu kysyä toteutuivatko asetetut odotukset.

Palautekyselyn viidennessä kysymyksessä tarkastelimme kuutta tapahtuman onnistumisen arvioinnin kannalta tärkeää väittämää. Jokaisessa kohdassa vastaajat ympyröivät mieltymyksiään vastaavan vaihtoehdon asteikolla 1–5. Jos vastaaja ympyröi numeron 1, väittämä ei toteutunut hänen kohdallaan ollenkaan, ja puolestaan vastaajan ympyröidessä 5, väittämä toteutui erinomaisesti. Ensimmäisellä väittämällä halusimme selvittää, oliko vastaaja kokenut asiakaspalvelun tapahtumassa hyväksi. Vastaajista seitsemän piti asiakaspalvelua erinomaisena, ja kuusi vastaajista koki sen hyväksi. Toisena väittämänä oli ”Aktiviteetit olivat mielenkiintoisia ja ne lisäsivät tapahtuman viihtyvyyttä”. Kymmenen vastaajista piti aktiviteetteja hyvänä ja kaksi valitsi kohdan ”en osaa sanoa.” Yhden vastaajan mielestä aktiviteetit olivat melko hyviä. Kolmas väittämämme oli ”Lapset oli otettu hyvin huomioon tapahtumassa”. 12 vastaajaa ympyröi ”erinomaisesti” ja yksi vastaajista ”melko

hyvin”. Siitä että vastaajat vastasivat 4-5 pykälän välille toisessa ja kolmannessa väittämässä, voimme päätellä, että lasten aktiviteetit olivat onnistuneet hyvin ja lapset oli otettu tapahtumassa hyvin huomioon. Havainnoidessamme lasten tyytyväisyyttä, he vaikuttivat erittäin onnellisilta aktiviteetteihin ja tämän todistavat pomppulinnoissa olevat pitkät jonot. Lapsia oli myös vaikeaa saada pois pomppulinnoista ja rodeohärästä, sillä he olivat todella innoissaan, eivätkä malttaneet päästää seuraavia lapsia leikkimään.

Neljäntenä väittämänä oli ”Ruoka oli maistuvaa ja sen hinta-laatu suhde oli kohdallaan”. Vähän yli puolet vastaajista, eli seitsemän henkilöä vastasi kohtaan ”en osaa sanoa”, sillä he eivät olleet maistaneet ruokaa. Kolme piti ruokaa erinomaisena ja kolme piti sitä hyvänä. Eniten kehuja sai lohikeitto, sillä asiakkaiden mielestä se oli maistuvinta. Yksi asiakas olisi toivonut tapahtumaan enemmän ruokavaihtoehtoja, eritoten kasvisruokaa. Jos tapahtumasta haluttaisiin saada voittoa, olisi tärkeä pohtia, miksi yli puolet kyselyyn vastanneista ei ollut maistanut laisinkaan ruokia. Yksi suuri syy sille, ettei ruokaa oltu maistettu voi olla se, että stopin tapahtumissa on aikaisemmin tarjottu makkaraa ja lettuja veloituksesta, mutta tänä vuonna tapahtuman ollessa niin suuri, ei tähän valitettavasti pystytty resursien takia.

Viidennes väittämä oli ”Artistitarjonta oli kattava ja viihdyin konsertissa”. Tähän väittämään kuusi vastasi olevansa erittäin tyytyväisiä. Eniten kehuja saivat pääartistimme Musta Barbaari ja Karri Koira. Lapset saivat artisteilta nimikirjoitukset ja pääsivät yhteiskuvaan halutessaan. Neljän vastaajan mielestä artistit olivat melko hyviä, ja kolme vastasi ”en osaa sanoa”, sillä ei ollut ehtinyt nähdä kaikkia artisteja. Yksi vastaajista piti erästä bändiä tapahtumaan sopimattomana sen kovan kielen vuoksi. Hänen mielestään tapahtuman artistikattaus olisi voitu suunnata enemmän lapsille.

Viidennen kysymyksen kuudennessa väittämässä kysyimme asiakkaiden tyytyväisyyttä tapahtuma-alueen siisteyteen ja tapahtuma alueen kunnossapitoon. 11 vastanneista piti siisteyttä erinomaisena. Yhden mielestä siisteys oli melko hyvää, kun taas yksi vastaajista ei osannut sanoa. Palautteen perusteella voimme arvioida, että vastaajat olivat tyytyväisiä tapahtuma-alueen siisteyteen, sillä kukaan ei huomauttanut epäsiisteydestä.

Palautekyselymme viimeisessä osiossa annoimme asiakkaalle avoimen vastausvaihtoehdon, jossa pyysimme heiltä lisäkommentteja tapahtumasta ja mahdollisia kehitysehdotuksia. Yhden vastaajan mielestä, osa esiintyjien sanotuksista oli lapsille sopimattomia niiden kovan kielellisen ulkoasun vuoksi. Toinen vastaajista kehui artisteja, aktiviteetteja ja lasten huomioon ottamista. Hän kommentoi näin:

”Lapset ovat viihtyneet erittäin hyvin, saivat Musta Barbaarilta nimmarin ja pääsivät yhteiskuvaan. Olen erittäin tyytyväinen tapahtumaan, hiukseni laitettiin ja tapahtumassa oli hyvä meininki. Ikäryhmät oli otettu hyvin huomioon”. (Nimetön haastattelutava. 20.8.2015. Haastattelu. Helsinki).

Kolmas vastaaja kommentoi lasten aktiviteeteissa olleen paljon jonoa, jonka vuoksi hän ei ollut päässyt ollenkaan rodeohärkään. Yhteistyöjärjestön edustajalta saimme kommenttina sen, että ihmisiä oli tapahtuman alussa hyvin ja tapahtumassa oli paljon lapsia. Jos he olisivat tienneet tämän, he olisivat voineet miettiä oman esittelypisteensä enemmän lapsille sopivammaksi, jotta lasten mielenkiinto olisi saatu herätettyä. Lisäksi hän oletti, että yhteistyöjärjestöjä olisi ollut enemmän. Kehitysehdotuksena hän totesi sen, että tulevaisuudessa otettaisiin vielä enemmän huomioon se, että lapsia tosiaan saapuu vastaavalaisiin tapahtumiin paljon.

4.3 Johtopäätökset ja kehitysehdotukset

Haastattelujen pohjalta käy ilmi, että suurin osa tapahtuman osallistujista oli 20-34 vuotiaita naisia. Tähän tulokseen vaikuttaa olennaisesti se, että valitsimme itse haastateltavat ihmiset tapahtuman joukosta. Tapahtumaan osallistui myös paljon miehiä, jotka jäivät ulkopuolelle haastatteluistamme. Nyt tutkimustulosten luotettavuus kärsii. Jälkikäteen katsottuna meidän olisi pitänyt haastatella ihmisiä laajemmin kaikista ikä ja sukupuoli ryhmistä. Näin asiakkailta saatu palaute olisi antanut todellisemman ja tarkemman arvion tapahtuman onnistumisesta. Nyt meidän täytyy olla kriittisiä tulosten ja kehitysehdotusten tarkastelemisessa ja emme voi yleistää haastatteluistamme saatuja tuloksia.

Asiakkailta saatujen vastausten perusteella tieto tapahtumasta on saatu pääosin Internetistä ja suusta suuhun markkinoimisesta. Tieto tapahtumasta levisi toimeksiantajamme tiloissa huomattavasti paremmin, kuin mitä ulkomainonnan avulla. Toivomme, että toimeksiantajamme jatkossa hyödyntää sosiaalista mediaa, sen ollessa edelleen nousevassa kasvussa myös nuorten keskuudessa. Näin ollen toimeksiantajamme kannattaa jatkossa keskittyä näihin jo toimiviksi todettuihin markkinointikanaviin eli sosiaaliseen mediaan, printtimainontaan sekä tiedottamiseen omissa tiloissaan. Ehdotamme myös, että toimeksiantajamme laajentaisi toimintaansa Instagramiin, jossa pystyy helposti järjestämään tapahtumiin liittyviä arvontoja. Instagram on ilmainen kuvien jakopalvelu ja etenkin meidän kaveripiirissämme huomattavasti käytetympi sovellus kuin esimerkiksi Facebook. Uskomme, että toimeksiantajamme pystyisi Instagramin kautta tavoittamaan paremmin kohderyhmänsä, eli täysi-ikäiset asiakkaat, kuin Facebookin kautta. Jos toimeksiantajamme haluaa silti hyödyntää Facebook-markkinointia, kannattaa se aloittaa aikaisemmin kuin kaksi kuukautta ennen tapahtumapäivää. Uskomme, että ostettu Facebook mainonta voi

toimia paremmin, kun markkinointi aloitetaan ajoissa. Toimeksiantajamme pystyy tulevaisuudessa hyödyntämään esimerkiksi tämän tapahtuman kuvia ja videoita markkinoinnissaan. Lisäksi toimeksiantajamme kertoman perusteella osasimme aavistaa, että puskaradio on yksi tapahtuman suurimmista markkinointikanavista. Puskaradion voimaan voidaan pyrkiä vaikuttamaan olemalla enemmän esillä mediassa. Näkyvyyttä tapahtumalle voi yrittää saada esimerkiksi radiomainonnan, rahoituskampanjan tai mediatiedotteiden avulla. Hyvä keino, jota emme tällä kertaa oivaltaneet, on ilmoittaa oma tapahtuma aikakauslehtien internetsivuilla. Siellä on listattuna kiinnostavimmat tapahtumat eri alueilla, ja tätä kautta yhä useampi ihminen voi saada tiedon tapahtumasta.

Vaikka lapset oli otettu tapahtumassa hyvin huomioon ja aktiviteetit saivat paljon kehuja, antoivat muutamat negatiiviset kommentit ideoita seuraavien tapahtumien kehittämiseen. Etenkin rodeohärkään oli koko ajan jonoa, kun taas puolestaan voimalekassa ei ollut lähes ollenkaan jonoa. Muutama vastaaja kertoikin, ettei päässyt ollenkaan rodeohärkään, sillä siihen oli niin pitkä jonotusaika. Rodeohärrässä oli jonoa sen vuoksi, että sen liikuttamiseen tarvittiin kaksi aikuista henkilöä, perinteisen sähköllä toimivan sijaan. Alun perin luulimme, että riittää, kun lapset heiluttavat sitä, mutta heidän voimansa eivät tähän riittäneet. Rodeohärän ongelmana oli, että siihen tarvittiin enemmän työvoimaa ja aikaa, kuin mitä alun perin olimme suunnitelleet. Tämä puolestaan johtui osakseen siitä, että tuotteen toimivuutta ei oltu selvitetty kunnolla. Jatkossa kannattaakin selvittää tarkasti, miten tilatut tuotteet toimivat. Vaikka sähköinen rodeohärkä olisi maksanut hieman enemmän kuin manuaalinen, olisi se säästänyt työntekijöiden voimia ja nopeuttanut lasten pääsyä laitteeseen, jolloin laitteen jonotusaika olisi lyhentynyt. Voimaleka oli sijoitettu syrjemmäksi muista lasten aktiviteeteista, jonka vuoksi se jäi hieman taka-alalle. Tästä johtuen moni asiakkaista ei luultavasti nähnyt voimalekaa pomppulinnojen takaa. Tulevaisuudessa on tärkeä varmistaa tuotteiden toimivuudet ja laitteiden sijoittelut kannattaa harkita tarkemmin.

Saadun palautteen perusteella, noin puolet vastanneista eivät olleet maistaneet ollenkaan tapahtumassa ruokia. Tulevaisuutta ajatellen, on hyvä ottaa huomioon erikoisruokavaliolliset asiakkaat. Kannattaa myös pohtia, mikä on perimmäinen syy sille, että moni kyselyyn vastanneista ei ollut maistanut ruokia. Kenties, sen hinta-laatu suhteessa oli parantamisen varaa, tai ruoan laatu ei miellyttänyt asiakkaita. Ruokatarjonta oli suunniteltu toimeksiantajamme puolesta perinteitä kunnioittaen. Yksi suuri syy sille, ettei ruokaa oltu maistettu voi olla se, että Stopin tapahtumissa on aikaisemmin tarjottu makkaraa ja lettuja veloituksesta, mutta tänä vuonna tapahtuman ollessa niin suuri, ei tähän valitettavasti pystytty resursien takia. Tulevaisuuden tapahtumia suunniteltaessa, on hyvä muistaa, että ruokatarjonta tuo asiakkaille lisäelämystä. Stoppi voisi tarjota seuraavissa tapahtumissa perinteiden

mukaisesti makkaraa ja lettuja veloituksetta ja säästää esimerkiksi lasten aktiviteettien kuluista. Näin he kunnioittaisivat perinteitä ja mahdollisesti pitäisivät asiakkaat tyytyväisempinä.

Asiakaspalautteiden lisäksi huomasimme itse muutamia muita kehitysehdotuksia. Esimerkiksi tapahtuma-aika 16-22 oli sen verran pitkä, että tapahtuman viimeisillä tunneilla ei ollut enää paljoakaan asiakkaita. Tapahtuman pääartistit esiintyivät 17, jonka jälkeen väki hajaantui pikkuhiljaa. Emme kuitenkaan pystyneet paljoakaan vaikuttamaan tapahtuman artistiaikoihin, sillä monilla artisteilla keikkakalenteri oli Taiteiden yön vuoksi kiireinen. Olsimme silti voineet suunnitella artistikattauksen hieman paremmin. Havainnoimme, että osa asiakkaista poistui esimerkiksi rauhallisen musiikin soidessa. Saimme myös palautetta siitä, että osa esiintyjistä ei sopinut lapsipainotteiseen tapahtumaan, heidän sanoituksiensa kovan kielellisen asun vuoksi. Artistikattaus ja esiintymisaikat ovat molemmat kohtia, joita kannattaa pohtia tapahtumaa järjestäessä tarkasti, jotta asiakkaat viihtyisivät tapahtumassa mahdollisimman pitkään.

Huomasimme myös silmämääräisesti tapahtumassa olevan enemmän naispuolisia kuin miespuolisia asiakkaita. Alun perin suunnittelimme tapahtumaan jalkapallo-ottelun, jonka jouduimme valitettavasti jättämään pois tapahtuman ohjelmistosta vähäisten resurssien vuoksi. Tämä olisi luultavasti houkuttanut paikalle enemmän miespuolisia asiakkaita. Jatkossa jalkapallo-ottelu voitaisiin toteuttaa vastaavanlaisissa tapahtumissa esimerkiksi naiset vastaan miehet periaatteella. Näin se olisi sukupuolineutraali aktiviteetti. Ohjelmistoon voisi ottaa mukaan myös saunan, joka olisi helposti toteutettavissa kuljetettavan saunarekan avulla. Saunassa voisi vastaavanlaisesti järjestää leikkimielisen saunomiskisan. Saunominen on ennen kaikkea rentouttavaa, ja se voisi olla hauska idea, joka varmasti toisi myös vanhempaa väestöä mukaan tapahtumaan.

5 Pohdinta

Työn päätavoitteena oli järjestää yhdessä Stop Huumeille ry:n kanssa onnistunut tapahtuma. Tapahtuman onnistuneisuuden määrittelee asiakkailta ja toimeksiantajaltamme saatu palaute. Sivutavoitteina oli saada tapahtumaan mukaan 4-10 yhteistyöjärjestöä, 10 sponsoria ja 50 vapaaehtoista työntekijää. Aloitimme pohdinnan avaamalla organisaatiollisten muutosten vaikutuksia suunnitteluprosessiin. Sen jälkeen käsittelemme kokemuksiimme opinnäytetyöprosessista ja siitä oppimisesta.

Jos nyt tarkastelemme tapahtumalle asettamiimme tavoitteita ja lopullista suoritusta, voimme todeta saavuttaneemme asetetut tavoitteet. Saavutimme sekä henkilökohtaiset opinnäytetyöllemme asettamat tavoitteet, että yhdessä toimeksiantajamme kanssa tapahtumalle nimetyt tavoitteet. Henkilökohtaisena tavoitteena meillä, oli oppia tapahtumanjärjestämisen teoriaa käytännön kautta. Tapahtumasta saadun huomattavan positiivisen palautteen perusteella voidaan todeta, että työn päätavoite, eli onnistunut tapahtuma toteutui. Lisäksi tapahtumalle asetetut sivutavoitteet toteutuivat, sillä tapahtuma-alueella vieraili Taiteiden yönä arviolta 500 ihmistä sekä 6 yhteistyöjärjestöä, 12 sponsoria ja yli 50 vapaaehtoista. Toimeksiantajalta saamamme vapaamuotoinen palaute (liite 12) vahvistaa sen, että tapahtuma on ollut erittäin onnistunut. Palautteesta käy ilmi, että Stopin työntekijöiden lisäksi myös vapaaehtoisten, artistien, yhteistyökumppaneiden ja tapahtuman kävijöiden perusteella tapahtuma on koettu erittäin onnistuneeksi.

5.1 Organisaatiollisten muutosten vaikutus suunnitteluprosessiin

Toimeksiantajamme panosti sekä henkilökunnallisesti että rahallisesti tähän tapahtumaan enemmän kuin aikaisempiin. He kokivat, että nyt on oikea aika juhlia saavutettuja asioita yhdessä asiakkaiden kanssa. Näin ollen he palkkasivat yhdistykselle projektipäällikön ja aloittivat tapahtuman suunnittelun hyvissä ajoin tammikuussa 2015. Kun me tulimme mukaan projektiin toukokuussa 2015, tapahtuman suunnittelu eteni hitaasti, mutta määrätietoisesti. Valitettavasti alkuperäinen projektipäällikkömme lähti muihin työtehtäviin kesken tapahtuman suunnitteluprosessin. Hänen lähtönsä jälkeen oli erittäin epäselvää, mitkä tehtävät oli jo hoidettu, ja mitkä olivat vielä kesken. Projektipäällikkömme lähdön vuoksi työnkuvamme muuttui radikaalisti. Olimme sopineet hänen kanssaan, että vastaamme sponsoreiden hankinnasta, tapahtuman markkinoinnista ja lasten ohjelmiston suunnittelusta. Ennen hänen lähtöään selvitimme yhdessä lupa-asioiden hoitamista.

Roolit uudessa työtiimissämme projektipäällikön lähdön jälkeen kesäkuussa 2015 olivat varsin epämääräiset. Aloitimme suunnittelun Stopin toiminnanjohtajan kanssa projekti-

päällikön lähdettyä. Työtiimiimme kuului aluksi me opinnäytetyöntekijät, toimitusjohtaja sekä muutama vapaaehtoinen työntekijä. Työtiimi vaihtui kuitenkin muutamaaan otteeseen tapahtuman suunnittelun edetessä. Parhaimmillaan tiimissä oli 12 jäsentä. Pidimme viikoittaisia ideointipalavereita, jossa kokosimme tiimimme ajatuksia yhteen. Näissä palaverissa oli harvoin kaikki tiimin osanottajat paikalla, joka puolestaan vaikeutti tapahtuman suunnittelua. Jälkikäteen katsottuna, jonkun meistä olisi pitänyt jatkaa projektipäällikkönä, ja ottaa vastuu tapahtuman suunnittelun etenemisestä. Jokaisen tiimimme jäsenen roolit ja vastuualueet olisi pitänyt määritellä uudestaan. Koimme, että ei ollut meidän tehtävämme tässä kohtaa ottaa projektipäällikön roolia, vaikka välillä tuntui siltä, että meille annettiin hieman liikaakin vastuuta. Tapahtuman suunnittelu jatkui pitkälti opinnäytetyön loppuun saakka ilman tarkkaa roolien jakoa tiimin sisällä.

Tiedottaminen ja kommunikointi olivat myös meidän ja toimeksiantajamme välillä ajoittain huonoa. Tämä johtui paljolti siitä, että tapahtumaa suunniteltiin toimeksiantajamme tiloissa, jossa me opinnäytetyöntekijät emme olleet päivittäin paikalla. Lisäksi organisaatiolliset muutokset vaikuttivat ja viivästyttivät esimerkiksi lupa-asioden etenemistä. Tapahtuman luvat ja asiakirjat olisi pitänyt selvittää heti projektipäällikön lopetettua työtehtävässään. Meille luovutettiin suurin vastuu lupa-asioista hänen lähtönsä jälkeen. Lupa-asioden hoitaminen oli haastavaa, sillä osa luvista oli maksullisia, ja niihin tarvittiin yrityksen pankkitunnuksia. Näin ollen emme itsenäisesti pystyneet hankkimaan tapahtumaan tarvittavia lupia. Tarvittavat luvat ja asiakirjat saatiin hoidettua viiveellä toimeksiantajamme tukemana. Tästä opimme sen, että yleisesti lupa-asiat pitää olla hoidettuna, ennen kuin lähdetään suunnittelemaan tapahtumaa pidemmälle.

Organisaatiollisten muutoksen rinnalla kesälomakuukaudet hidastuttivat tapahtuman suunnittelun etenemistä. Käytimme tapahtuman suunnitteluun eniten aikaa kesälomakuukausina. Uusien tiiminjäsenten lomaillessa osa sähköposteista jäi odottamaan vastausta liian pitkäksi aikaa. Ollessamme itse ulkomailla, emme myöskään päässeet kahteen palaveriin, joka puolestaan harmitti toimeksiantajamme. Vastasimme silti henkilökohtaisiin sähköposteihin tulleisiin työviesteihin. Kesäloimat vaikeuttivat lisäksi sponsoreiden etsintää ja hidastivat yhteistyöjärjestöjen kanssa verkostoitumista. Lähetimme varmuudeksi sponsorihakemuksia yli 50 eri yritykseen. Koimme haasteita myös sponsorien etsinnässä, sillä aihealueena se oli meille täysin uusi. Saamamme sponsorit sopivat mielestämme tapahtuman teemaan ja antoivat lisäarvoa sille. Huomioon ottaen aikataululliset ongelmat sekä muut muutokset, suoriuduimme mielestämme sponsoreiden hankkimisesta erittäin hyvin. Saimme myös toimeksiantajaltamme kiitosta hyvistä sponsoreista. Teimme Excelin avulla sponsoreista ja heidän yhteystiedoistaan yksinkertaisen luettelon, jonka luovutimme toimeksiantajallamme.

5.2 Opinnäytetyö prosessina ja oma oppiminen

Valitsimme työelämlähtöisen opinnäytetyön, sillä halusimme oppia tapahtumanjärjestämisen teoriaa käytännön kokemuksen kautta. Kohtasimme matkan varrella suhteellisen paljon haasteita, mutta selvisimme niistä voittajina. Lisäksi tunnistimme omat vahvuutemme opinnäytetyötä tehdessä. Nyt avaamme teille näitä kokemuksia hieman enemmän. Keskityimme opinnäytetyöprosessissa kesällä 2015 pääsääntöisesti tapahtuman suunnitteluun ja järjestämiseen kirjoitusprosessin sijaan. Varsinainen kirjoitusosuus olisi ollut hyvä aloittaa aikaisemmin, sillä työn kirjoittaminen suunnittelun edetessä olisi ollut meille helpompaa.

Sovimme opinnäytetyö-ohjaajamme kanssa väliaika-raportteja työn kirjoitusosuuden edetessä. Näin varmistimme, että työmme etenee tavoitteiden mukaisesti. Ennakoimme lisäksi mahdollisia muutostilanteita, esimerkiksi oikoluettamalla työn kahdella eri ihmisellä ennen sen lähettämistä toimeksiantajalle ja opettajallemme. Pidimme tapahtuman suunnittelun ajan opinnäytetyöpäiväkirjaa ja teimme miellekarttoja palaverissa. Lisäksi toinen meistä toimi kirjurina jokaisessa palaverissa. Nämä olivat erittäin tärkeitä muistiinpanoja kirjoitus vaiheessa. Olemme iloisia, että ennakoimme ja pidimme opinnäytetyöpäiväkirjaa. Kirjoitimme työtä muun opiskelun, töiden ja aikaa vievien harrastuksiemme ohella. Nämä asiat huomioon ottaen, olemme tyytyväisiä työn raportointiin ja toteutukseen.

Kuten jo hieman avasimme aihetta organisaatiollisten muutoksien kautta, koimme jokseenkin haasteita tapahtuman järjestämiseen liittyen. Meille ei ollut haasteellista valita opinnäytetyön aihetta tai toteuttaa opinnäytetyö parityönä. Koimme paljon haastavammaksi tapahtuman järjestämisen aikana tulleet haasteet. Olemme kehittyneet työn mukana ja oppineet lukuisia eri tiimityötaitoja, joita voimme hyödyntää työelämässä. Lisäksi olemme oppineet, mitkä lähteet ovat luotettavia, sekä mistä tietoa kannattaa etsiä. Olemme oppineet, mitkä asiat ovat työmme kannalta tarpeellisia ja mitkä voimme jättää mainitsematta. Osaamme hyödyntää nyt eri kielten materiaaleja lähteinä. Monet teoriassa hyödyntämistämme kirjoista keskittyivät isompiin tapahtumiin, jolloin käsitelimme kokonaisuutta suuremmasta näkökulmasta. Näin opimme samalla, miten isoja tapahtumia järjestetään pieniin tapahtumiin verrattuna.

Opimme opinnäytetyöprosessissa kokonaisvaltaisesti tapahtumanjärjestämisestä. Meidän kokemattomuus alalta ei ollut este onnistuneen tapahtuman järjestämiseen. Opimme ajanhallinnasta, riskienhallinnasta, markkinoinnista, sponsoroinnista ja yhteistyön voimasta. Verkostoitumisen tärkeyden merkitystä ei voi myöskään koskaan liikaa painottaa. Vanha sananlasku ”hyvin suunniteltu on puoliksi tehty” todistettiin tapahtumanjärjestämisessä

todeksi. Olemme jo nyt ehtineet hyödyntämään tapahtumasta saatuja oppeja nykyisissä työprojekteissamme. Luotamme siihen, että työmme auttaa jatkossa vastaavanlaisten tapahtumien suunnittelussa ja toteutuksessa. Saimme tapahtumalle loistavia sponsoreita, joita toimeksiantajamme pystyy halutessaan jatkossa hyödyntämään, ja näin mahdollisesti saamaan pidempiaikaisia sponsorointisopimuksia.

Opinnäytetyötä on mahdollista lähteä jatkamaan monista eri näkökulmista. Tapahtuman järjestämisen näkökulmasta työtä voidaan jatkaa, hyödyntämällä tämän opinnäytetyön tutkimustuloksia ja palautetta, seuraavien tapahtumien järjestämisessä. Opinnäytetyö antaa työkalut kaikenkokoisten tapahtumien järjestämiseen aina ideointivaiheesta, tapahtuman jälkimarkkinointivaiheeseen. Tapahtumamme aihe on ajankohtainen, sillä nykypäivänä yhä useammat ihmiset kamppailevat päihdeongelmien kanssa. Päihteettömyys on mielestämme hyvinvointi- ja liikuntatrendien ohella, etenkin nuorten keskuudessa kasvava trendi. Raittius kuuluu osaltaan hyvinvoinnin kehittämiseen ja ylläpitämiseen. Tämän vuoksi päihteetön tapahtuma aiheena on tärkeä ja erittäin ajankohtainen.

Lähteet

Capell, L. 2013. Event Management for Dummies. John Wiley & Sons. United Kingdom.

Gantt. 2015. What is Gantt chart? Luettavissa: <http://www.gantt.com/>. Luettu: 10.9.2015.

Gramex. Yleistä. Palveleva musiikin tekijänoikeusjärjestö. Luettavissa: http://www.gramex.fi/fi/tietoa_gramexistä. Luettu: 27.10.2015.

Helsingin juhlat viikot 2015. Ohjelma. Kartta. Luettavissa: <http://www.helsinginjuhlatviikot.fi/taiteidenyo/#list>. Luettu: 29.9.2015.

Helsingin Kaupunki 2015. Kaupunki ja hallinto. Meluilmoitus. Luettavissa: <http://www.hel.fi/www/helsinki/fi/kaupunki-ja-hallinto/hallinto/palvelut/palvelukuvaus?id=2762>. Luettu: 14.9.2015.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja Kirjoita. Kariston Kirjapaino Oy, Hämeenlinna.

Kauhanen, J., Juurakko, A. & Kauhanen, V. 2002. Yleisötapahtuman Suunnittelu ja Toteutus. WSOY. Vantaa.

Kekkonen, K. 2015. Idea ja ideointi suunnitteluvaihe. Projektisuunnitelma. Suomen nuoriso-seurojen liitto. Luettavissa: <http://docplayer.fi/377533-Idea-ja-ideointi-suunnitteluvaihe-projektisuunnitelma.html>. Luettu: 6.9.2015.

Kouvolan Sanomat 2013. Uutiset. ”Löytäisin Kouvolasta huumeita tunnissa” – lue toipuvan narkomaanin tarina. Luettavissa: <http://www.kouvolansanomat.fi/Online/2014/03/07/%22L%C3%B6yt%C3%A4isin%20Kouvolasta%20huumeita%20tunnissa%22%20-%20lue%20toipuvan%20narkomaanin%20tarina/2014217038157/4>. Luettu: 4.9.2015.

Kunttu, K. & Pesonen, T. 2012. Korkeakouluopiskelijoiden terveystutkimus. Luettavissa: http://www.yths.fi/filebank/1864-KOTT_2012_verkkoon.pdf. Luettu: 27.10.2015.

Loimu, K. 2012. Yhdistystoiminnan käsikirja. Sanoma Pro Oy. Helsinki.

Länsi-Uudenmaan Poliisilaitos, Länsi-Uudenmaan Pelastuslaitos ja Espoo. 2015. Ohjeita yleisötilaisuuden järjestäjälle. Luettavissa:

<http://www.lup.fi/download/noname/%7B73FEFABA-1CD7-4715-9A6F-01FC50078105%7D/37183>. Luettu: 8.9.2015.

Porter, J. 2010. Five Ws and One H: The Secret to Complete News Stories. Journalistics. Luettavissa: <http://blog.journalistics.com/2010/five-ws-one-h/>. Luettu: 8.9.2015.

Preston, C.A. 2012. Event Marketing. How to Successfully Promote Events, Festivals, Conventions, and Expositions. Second Edition. John Wiley & Sons. New Jersey.

Shone, A. & Parry, B. 2013. Successful Event Management. A practical handbook. Cengage Learning. China.

Stop Huumeille ry. 2013. Tervetuloa Stop Huumeille ry:n sivuille. Luettavissa: <http://www.stophuumeille.fi/>. Luettu: 4.9.2015.

Suomen Riskienhallintayhdistys. 2015. Nelikenttäanalyysi –SWOT. Luettavissa: <http://www.pk-rh.fi/index.php?page=swot>. Luettu: 8.12.2015.

Teosto 2015. Mikä teosto on? Luettavissa: <https://www.teosto.fi/teosto/toiminta/edunvalvonta>. Luettu: 27.10.2015.

Teosto 2015. Musiikin käyttäjille. Tapahtumalupa. Luettavissa: <https://www.teosto.fi/kayttajat/luvat/991/m>. Luettu: 29.9.2015.

Vallo, H. & Häyrinen, E. 2014. Tapahtuma on tilaisuus. Tietosanoma Oy. Helsinki.

Vilkka, H & Airaksinen, T. 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Tammi. Helsinki.

Visit Helsinki. 2015. Taiteiden yö 2015. Luettavissa: <http://www.visithelsinki.fi/fi/juuri-nyt/tapahtumia/taiteiden-yo-2015>. Luettu: 7.9.2015.

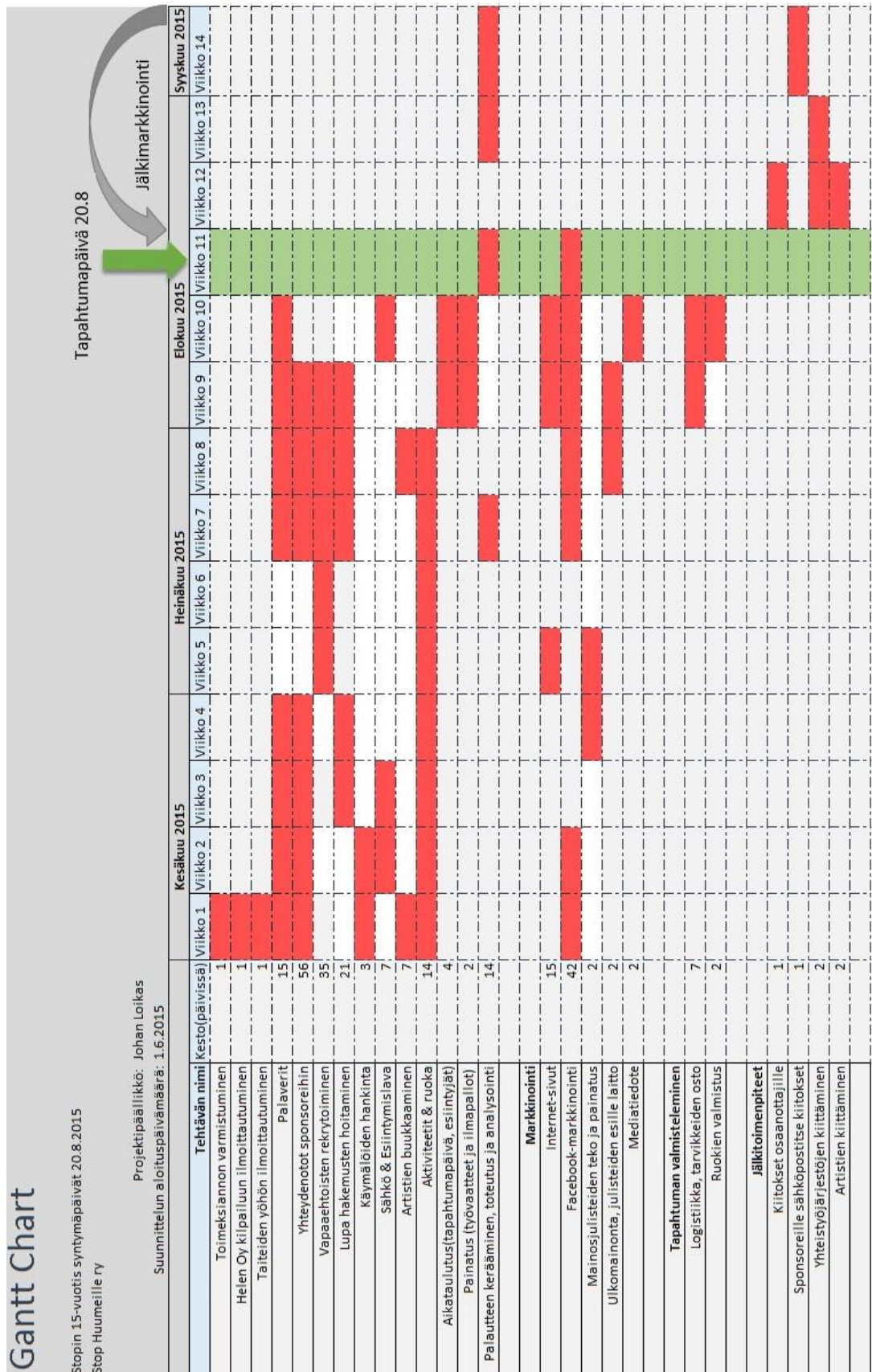
Visit Helsinki. 2015. Tapahtuman järjestäjät. Tapahtuman järjestäjän ohjeet. Luettavissa: <http://www.visithelsinki.fi/fi/ammattilainen/tapahtumajarjestajat/tapahtumajarjestajan-ohjeet/tapahtumajarjestajan-ohjeet>. Luettu: 8.9.2015.

Van der Wagen, L. & White, L. 2010. Events Management. For tourism, cultural, business and sporting events. Pearson Australia. China.

Ympäristönsuojelulaki 27.6.2014/527.

Liitteet

Liite 1. Tapahtuman suunnittelun aikataulu



Liite 2. Tapahtumapäivän rakennus- ja purkuaikataulu

15v-bileiden rakentamis- ja purkuaikataulu		
klo	mitä	lisätieto
08:00	Johan tulee paikalle	
08:00-12:30	lava tulee ja kasataan	
09:00	sähköpömpeli tulee	
09:00-10:00	Mytty tulee paikalle	
12:00	teltojen kasaus	
14:00	soundcheck	
14:00	pomppulinna yms tulee	
14:00-15:30	yhteistyökumppaneiden esittelypisteiden rakentaminen	Huom! ilmoitettava että klo 15:30 pisteiden on oltava valmiina
15:00	kaikille tapahtuman vapaaehtoisille ja työntekijöille briiffi	
16:00	bileet alkaa	kaikkien rakennelmien yms oltava valmiina!
22:00	pomppulinna yms haetaan	
23:00	sähköpömpeli haetaan	

Liite 3. Artistien esiintymisaikataulu

Esiintymisaikataulu yms. tietoa Stopin 15v-bileistä

- Tapahtumapaikka: Itä-Pasila, Pakkamestarinkadun ja Asemapäällikökadun kulmasta alkava puistoalue
- Soundcheck klo 14:00
- Backstage: Esiintymispaikan välittömässä läheisyydessä Stopin toimitiloissa, jossa on virvokkeita ja ruokaa tarjolla klo 16-22. Backstage-yhteyshenkilö: Elina Karri, puh: 0445105601
- Yhteyshenkilö bändeille tapahtuman aikana: Raksu, puh: 0400542693

Teostoilmoitukset:

Stop Huumeille ry tekee Teostolle yleisen tapahtumailmoituksen, mutta jokaisen artistin tulee hoitaa oma ilmoituksensa soitettavista kappaleista suoraan Teostoon.

Esiintymisaikataulu:

16:00 Ile Hilden
16:30 Ex-Pistols
17:00 Karri Koira & Musta Barbaari
17:30 HSGS/D.S.G
18:00 Jukka Orma
19:00 Marjo Leinonen Huff N' Puff
20:00 Brandon Bauer
20:30 Stud
21:00 Ex-Pistols

Linnanmäen sirkuskoulu esiintyy alueella klo 17-17.20 ja 18.30-18.50. Lisäksi työpajoissa opetellaan sirkustelua klo 17.30-18.

Liite 4. Tapahtuma-alueen kartta





POREILE STREITTINÄ - STOPPI 15V!

20.8.2015 @ Itä-Pasila Pakkamestarinkatu 2, nurmikenttä

Taiteiden yönä Itä-Pasilassa poreillaan streittinä Stop Huumeille ry:n 15-vuotista taivalta juhlistavassa koko perheen päihteettömässä tapahtumassa. Alkulämmittelynä pelataan leikkimielinen futisturnaus ja ohessa on mahdollisuus tutustua yhteistyöjärjestöjemme toimintaan. Ulkoilmakonsertissa ilmoille kajahtaa letkeä Karri Koira, Musta Barbaari, gangsta-räppärit DSG sekä kovassa nosteessa oleva hiphop-artisti Brandon Bauer. Matkassa mukana myös Stopin oma bändi Ex-Pistols ja muita huikeita bändejä, ohjelmisto täydentyy vielä kesän aikana. Lapsille ja lapsenmielisille on tarjolla kasvomaalausta sekä hauskaa karnevaalitunnelmaa. Tarjolla on pientä korvausta vastaan lettuja, makkaraa ja lämmintä kalakeittoa.

JAA



TYKKÄÄ TÄMÄ TAPAHTUMA VOITTOON

TAITEIDEN YÖNÄ
20.8. 16-22
@PÄKKAMESTARINKA-U 2

ISVQLEET

KOKO PERHEEN
PÄIHTEETÖN
TAPAHTUMA!



POREILE
STREITTÄ

MUSTA BARBAARI
KARRI KOIRA
BRANDON BAUER

MARJO LEINONEN
HUFF 'N' PUFF
EX PISTOLS
HSGS

VAPAA PÄÄSY! TAPAHTUMA ON PÄIHTEETÖN!



Liite 7. Ilmoitus musiikkitapahtumasta

ILMOITUS MUSIIKKITAPAHTUMASTA ALUEELLA TO 20.8.2015

Stop Huumeille ry järjestää Taiteiden yönä torstaina 20.8.2015 koko perheen musiikkitapahtuman nurmialueella Pakkamestarinkadun ja Asemapäällikökadun päässä.

Tapahtuman rakentaminen alkaa klo 9.00 ja sound check klo 14 alkaen. Tapahtuma alkaa klo 16.00 ja päättyy klo 22.00.

Tapahtumasta saattaa aiheutua ylimääräistä melua. Melutaso tullaan pitämään enintään ympäristölautakunnan säätämässä maksimimäärässä 70 dB (YSL 122 §). Liikennejärjestelyihin tapahtuma ei vaikuta.

Tapahtumassa esiintymässä mm: bluesmies Ile Hilden, letkeä Karri Koira, upea Musta Barbaari, gangsta-räppärit HSGS/DSG, kovassa nosteessa oleva hiphop-artisti Brandon Bauer sekä tiukka groove'n'roll -yhtye Marjo Leinonen Huff'n'Puff. Matkassa mukana tietysti myös Stopin oma bändi Ex-Pistols.

Lapsille ja lapsenmielisille on tarjolla kasvomaalausta, kampauksia, pomppulinna, rodeohärkä, voimaleka sekä hauskaa sirkustelua ja karnevaalitunnelmaa.

Samalla on mahdollisuus tutustua Stopin ja yhteistyöjärjestöjemme toimintaan sekä seurata jännittävää graffitinmaalauskilpailua.

Hiukopalaksi voi bilettämisen lomassa popsia lettuja, makkaraa ja lämmintä kalakeittoa.

Tapahtuma on päihtetön, ikärajaton, esteetön ja kaikille avoin. Vapaa pääsy.

Tervetuloa poreilemaan streittinä!

Järjestäjä:

Stop Huumeille ry

044-510 5550

Pakkamestarinkatu 2, 00520 Helsinki

www.stophuumeille.fi



Liite 8. Tapahtumasta tehdyt mediatiedotteet

Mediatiedote 20.8.2015: Vapaa julkaistavaksi

Päihteetön musiikkitapahtuma koko perheelle Taiteiden yönä

Stop Huumeille ry on tehnyt päihdetyötä jo 15 vuotta. Yhdistys perustettiin aikoinaan vastaamaan nuorten ja päihdekuntoutujien tarpeisiin. 15-vuotista taivalta juhlistetaan koko perheen päihteettömässä musiikkitapahtumassa Itä-Pasilassa Taiteiden yönä torstaina 20.8.2015.

Stop Huumeille ry

Stop Huumeille ry on vuonna 2000 perustettu päihdekuntoutujien vertaistukeen keskittynyt yhdistys. Toiminta aloitettiin Helsingissä päihteettömillä tapahtumilla, osallistavaan draamaan perustuvilla infoilla ja harrastetoiminnalla. Vuonna 2004 alkoi myös päiväkeskustoiminta. Siitä lähtien Stoppi on toiminut kohtauspaikkana, "olohuoneena", kaikille, jotka ovat halunneet viettää aikaansa päihteettömästi vertaistuellisessa seurassa.

Stop Huumeille ry tukee päihdekuntoutujia hyvinä ja huonoina päivinä sekä tarjoaa päihteettömiä vaihtoehtoja kaikille niitä haluaville. Stop Huumeille ry tarjoaa ihmisten tarpeisiin vastaavaa vertaistuellista ja päihteetöntä toimintaa siellä missä sitä tarvitaan.

Stop Huumeille ry on poliittisesti, uskonnollisesti ja aatteellisesti sitoutumaton yhdistys, joka tukee päihdekuntoutujia heidän pyrkimyksessään kohti päihteetöntä elämäntapaa.

15-vuotisjuhlat 20.8.2015

15-vuotista taivalta juhlistavassa ulkoilmakonsertissa ilmoille kajahtaa letkeä Karri Koira, upea Musta Barbaari, gangsta-räppärit HSGS/DSG, kovassa nosteessa oleva hiphop-artisti Brandon Bauer, bluesmies Ile Hilden, melodinen hard rock yhtye Stud, pitkän linjan muusikko Jukka Orma sekä tiukka groove'n'roll -yhtye Marjo Leinonen Huff'n'Puff. Matkassa mukana tietysti myös Stopin oma bändi Ex-Pistols!

Lapsille ja lapsenmielisille on tarjolla kasvomaalausta, pomppulinna, rodeohärkä, voimaleka sekä hauskaa sirkustelua ja karnevaalitunnelmaa.

Samalla on mahdollisuus tutustua Stopin ja yhteistyöjärjestöjen toimintaan sekä seurata jännittävää graffitimaalauskilpailua.

Myynnissä on lettuja, makkaraa ja lämmintä kalakeittoa.

Tapahtuma on päihteetön ja kaikille avoin. Tapahtumaan on vapaa pääsy.

Tervetuloa poreilemaan streitinä!

Osoite: Pakkamestarinkatu 2, 00520 Helsinki (Puistoalue Pakkamestarinkadun ja Asemanpäällikönkadun päässä)
Tapahtuma-aika: 16:00-22:00

Lisätiedot:

Stop Huumeille ry
044 510 5550

www.stophuumeille.fi

Tapahtuma Facebookissa: <https://www.facebook.com/events/1451908748442555/>

Mukana tapahtumaa tekemässä: Fazer, Geezers, Kalamesta, Soppakeittiö, Leader Foods Oy, Fine Foods, Tikkurila, Linnanmäen sirkuskoulu, Mars Finland, NRJ, RAY, Karhupuiston Plastiikkakirurgia Oy

Liite 9. Sopimus valokuvien käytöstä

Sopimus valokuvien käytöstä

Tämä sopimus koskee 20.8.2015 Stop Huumeille ry:n 15-vuotisjuhlissa otettuja valokuvia, jossa valokuvaajana toimi_____. Toimeksiantajana on Stop Huumeille ry.

Kuvien käytöstä on sovittu seuraavaa:

Kuvaaja luovuttaa kaikki tekijänoikeudet ottamiinsa kuviin. Stop Huumeille ry saa kuvien tekijän-, käyttö- ja levittämisoikeudet. Valokuvia tai niiden muunnoksia ei saa julkaista tai käyttää ilman Stop Huumeille ry:n suostumusta missään mediassa eikä kaupallisiin tarkoituksiin. Valokuvia tai niiden muunnoksia ei saa luovuttaa eteenpäin.

_____/____/____

Paikka

Päivämäärä

Allekirjoitus ja nimenselvennys

Liite 10. Sponsoreille lähetetty kiitosviesti

Stop Huumeille ry & Opinnäytetyöntekijät kiittävät kaikkia tukijoitaan kiinnostuksesta Stopin 15-vuotis syntymäpäivä tapahtumaa kohtaan

Teidän ansiostanne pystyimme järjestämään onnistuneen ulkoilmakonsertin taiteiden yönä 20.8.2015.

Tapahtuma onnistui aivan mielettömän hyvin ja kiitos siitä kuuluu myös teille. Odotimme tapahtumaan 500 osallistujaa ja jäimme hieman tuon luvun alapuolelle. Joka tapauksessa kaikki paikalle saapuneet nauttivat kotiin jääneidenkin edestä säästä, musiikista, lastenohjelmista ja ruoasta iltamyöhään saakka. Tuotelahjoitukset saivat isoimmatkin juhlijat iloisiksi, sekä vapaaehtoiset että artistit kehuivat tapahtuman tarjoiluja. Graffittin maalaus kilpailussa päästettiin luovuus valloilleen ja yhteistyöjärjestöjen logot maalattiin uuteen uskoon. Musta Barbaari ja Karri Koira olivat päivän kohutuimmat artistit ja heidän keikkansa herätti keskustelua illan pikku tunneille saakka.

Nuo monet hymyilevät kasvot tapahtumassa antoivat meille paljon energiaa syksyä kohti. Tässä hieman otteita asiakkaiden palautteista:

"Kiitos kaikille mukana olijoille oli mageet ja onnistuneet bileet:) Tää perheineen kiittää ja kumartaa ja kiitos et saan lentää noin mahtavassa porukassa."

"Kiitos ihan mahtavista bileistä koko Stopin porukalle sekä tietty kaikille esiintyjille ja osallistujille. Aurinkokin heli juhlijoita ja kaikin puolin oli homma hoidettu just eikä melkein. Ilo oli tavata paljon vanhoja tuttuja vuosien varrelta, ihan sydäntä lämmitti koko meno."

Nyt laitetaan ne kumisaappaat jalkaan ja lähdetään kohti uusia haasteita ja syksyä! Muistamme teitä syksyn aikana 15-vuotis lehden juhlanumerollamme.

Kiitos kun olitte mukana tekemässä hyvää.

Terveisin,

*Stop Huumeille ry
Opinnäytetyöntekijät Pinja & Mariela*

Liite 11. Palautekysely

STOP HUUMEILLE RY:N 15-VUOTIS SYNTYMÄPÄIVÄT – PALAUTE

Tutkimuksen tuloksia hyödynnetään Stop Huumeille Ry:n tapahtuman kehittämiseksi. Pinja Mitrovitch ja Mariela Lineva kirjoittavat aiheesta opinnäytetyönsä HAAGA-HELIAn ammattikorkeakoululle. Kyselyyn vastataan nimettömänä ja tiedot ovat luottamuksellisia.

Ympyröi itsellesi sopivin vaihtoehto.

1. Sukupuoli

Mies

Nainen

2. Ikä

<20 20-34 35-49 50-64 65>

3. Mistä sain tietoa tapahtumasta?

- a) Internet (Facebook, kotisivut, Instagram)
- b) Ulkomainonta
- c) Stop Huumeille Ry:n toimiston kautta
- d) Kaverilta/tutuilta

4. Odotukseni tapahtumasta

5. Kuinka seuraavat väittämät toteutuivat kohdallasi? Ympyröi itsellesi sopivin vaihtoehto (1= ei toteutunut ollenkaan, 2= toteutui jonkin verran, 3= en osaa sanoa, 4= toteutui melko hyvin ja 5= toteutui erinomaisesti).

- a) Koin asiakaspalvelun tapahtumassa hyväksi

1 2 3 4 5

- b) Aktiviteetit olivat mielenkiintoisia ja ne lisäsivät tapahtuman viihtyvyyttä

1 2 3 4 5

- c) Lapset oli otettu hyvin huomioon tapahtumassa

1 2 3 4 5

d) Ruoka oli maistuvaa ja sen hinta-laatu suhde oli kohdallaan

1 2 3 4 5

e) Artistitarjonta oli kattava ja viihdyin konsertissa

1 2 3 4 5

f) Tapahtuma-alueesta pidettiin huolta ja siisteys otettiin huomioon koko tapahtuman ajan

1 2 3 4 5

6. Lisäkommentit/ Kehitysideat

Kiitos ajastanne!

Liite 12. Toimeksiantajan vapaamuotoinen palaute

Toimeksiantajan vapaamuotoinen palaute

Toimeksiantajan palaute opinnäytetyön toiminnallisesta osuudesta

Opinnäytetyöntekijät:	Pinja Mitrovitch & Mariela Lineva
Opinnäytetyön toiminnallinen osuus:	Stopin 15-vuotissyntymäpäivät
Toimeksiantaja:	Stop Huumeille ry

Miten suoriuduimme tapahtuman järjestämisestä?

Huolimatta tapahtuman järjestelyorganisaatiossa prosessin aikana tapahtuneista muutoksista ja tästä seuranneesta puutteellisesta roolijaosta suoriuduitte omasta osuudestanne hyvin. Järjestäjäporukan sisäistä tiedonkulkua häiritsi se, että sekä yhdistyksen työntekijöiden että opinnäytetyöntekijöiden lomien vuoksi palaverissa oli harvoin kaikki tarpeelliset osallistujat paikalla. Tämä aiheutti jossain määrin sekaannuksia ja päällekkäistä työtä.

Päävastuunne: Sponsorit? Markkinointi? Lasten ohjelmisto?

Sponsoreita ja tukijoita saatiin tapahtumaan hyvin ja ne sopivat hyvin tapahtuman luonteeseen. Sponsoreista kerätyn yhteystietoluettelon avulla voimme hyödyntää solmittuja kumppanuuksia jatkossakin. Facebookissa tehty markkinointi oli nuorekasta ja aktiivista. Muuta markkinointia olisi voinut ehkä olla enemmän. Lasten ohjelmisto oli hyvä ja sai paljon kiitosta. Jatkossa on huomioitava tarkemmin se, että tilattujen tuotteiden ominaisuuksiin on muistettava kiinnittää riittävästi huomiota, jotta esimerkiksi rodeohärkien valinnassa ja/tai resurssien mitoituksissa voidaan varautua riittävään henkilömäärään.

Osoitimme kykyä toimia itsenäisesti?

Hoiditte omien vastuualueidenne tehtävät itsenäisesti ja oma-aloitteisesti.

Osallistujilta, vapaaehtoisilta, artisteilta ja yhteistyökumppaneilta saadun palautteen perusteella: oliko tapahtuma onnistunut?

Tapahtuman järjestämiseen osallistuneilta Stop Huumeille ry:n työntekijöiltä, vapaaehtoisilta ja harjoittelijoilta saadun palautteen perusteella tapahtuma koettiin erittäin onnistuneeksi. Myöskin tapahtuman kävijöiltä, artisteilta ja yhteistyökumppaneilta saadun palautteen perusteella tapahtuma oli erittäin onnistunut.

Helsingissä 25.11.2015



Mytty Messmer
hallintojohtaja

Stop Huumeille ry
Pakkamestarinkatu 2, 00520 Helsinki
puh: 041 444 5500
mytty@stophuumeille.fi